



Universidad  
Zaragoza

## Trabajo fin de Grado

# Caracterización del turismo activo en España y Aragón: el caso de la Provincia de Huesca.

Autor/es

Jorge Valencia Vidal

Director/es

Raúl Lardiés Bosque

Grado en Geografía y Ordenación del Territorio

Curso 2017-2018



# ÍNDICE

Introducción.....	9
Metodología.....	11
1- Aproximación conceptual al turismo y al turismo activo.....	12
2- El turismo activo y sus tipos.....	14
3- Reglamentación y regulación del turismo activo.....	16
4- El turismo activo en España.....	19
4.1- La oferta de turismo activo en España.....	19
4.1.1- Distribución de las empresas en el territorio español.....	19
4.1.2- Antigüedad de las empresas de turismo activo en España.....	22
4.1.3- Actividades ofertadas.....	24
4.2- La demanda de turismo activo en España.....	24
4.2.1- Actividades más demandadas.....	26
5- El turismo activo en Aragón.....	27
5.1- La oferta de turismo activo en Aragón.....	27
5.2- La demanda de turismo activo en Aragón.....	29
5.2.1- Demanda de las actividades.....	29
5.2.2- Perfil del turista demandante de turismo activo en Aragón.....	30
5.3- Estacionalidad de la actividad.....	32
5.4- Datos sobre los trabajadores de las empresas.....	33
5.5- El turismo activo en Galicia y su comparación con Aragón.....	34
6- El turismo activo en la Provincia de Huesca.....	38
6.1- Distribución geográfica de las empresas de turismo activo en la provincia de Huesca.....	38
6.2- Relación entre el número de empresas por municipio y la población.....	42
6.3- Caracterización demográfica de los municipios con empresas de turismo activo.....	43
6.4- Caracterización de las empresas de turismo activo en la provincia de Huesca y su impacto en el territorio.....	46
7- Conclusiones.....	56
8- Bibliografía.....	59

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Oferta de Turismo Activo en España.....	21
Figura 2: Año de creación de las empresas de T.A. en España en 2014.....	23
Figura 3: Actividades más demandadas según el entorno en el que se desarrollen.....	26
Figura 4: Evolución del número de empresas de T.A. en Aragón.....	27
Figura 5: Evolución del número de empresas de T.A. en Aragón por provincias.....	29
Figura 6: Porcentaje de empleos según tiempo de duración en 2017.....	33
Figura 7: Distribución de las empresas de turismo activo en Galicia en 2011.....	35
Figura 8: Mapa de distribución de las empresas de turismo activo en la Provincia de Huesca.....	39
Figura 9: Distribución de empresas de T.A. en la provincia de Huesca según rango de población.....	42
Figura 10: Evolución del número de empresas de T.A. en la provincia de Huesca.....	44

## FIGURAS CON LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Figura 11: Año de instalación de las empresas de T.A. en la provincia de Huesca.....	47
Figura 12: Número inicial de trabajadores.....	48
Figura 13: Número actual de trabajadores.....	48
Figura 14: Número de trabajadores máximo en época alta.....	48
Figura 15: Número de trabajadores máximo en época baja.....	49
Figura 16: Compatibilización del T.A. con otra actividad.....	51
Figura 17: Variación del número de trabajadores a lo largo del año.....	52
Figura 18: Mes del año con más trabajadores.....	52

Figura 19: Mes del año con mayor actividad en la empresa.....	52
Figura 20: Procedencia de los clientes de T.A. de la provincia de Huesca.....	53
Figura 21: Número de turistas un día de máxima actividad.....	54

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Normativa autonómica reguladora del turismo activo.....	17
Tabla 2: Empresas de turismo activo en España por CCAA en 2014.....	20.
Tabla 3: Número de empresas de T.A. en Aragón. Fuente: IAEST.....	28
Tabla 4: Peso turístico de las actividades de T.A. en 2017.....	30
Tabla 5: Clasificación por edades de la demanda de T.A. en Aragón en 2017.....	30
Tabla 6: Procedencia de los turistas de T.A. en Aragón en 2017.....	31
Tabla 7: Reparto de la actividad por meses (2017).....	32
Tabla 8: Distribución de los trabajadores según el tiempo de contratación en 2017.....	33
Tabla 9: N° de empresas de T.A. por municipio en la Provincia de Huesca.....	40
Tabla 10: Municipios con mayor número de empresas de turismo activo en la provincia de Huesca.....	41
Tabla 11: Número de empresas de T.A en la provincia de Huesca según rango de población.....	42
Tabla 12: Total de población de los municipios que albergan empresas de T.A. en la provincia de Huesca.....	44
Tabla 13: Total de población de los municipios que albergan empresas de T.A. en la provincia de Huesca sin contabilizar las localidades de más de 10.000 habitantes.....	45
Tabla 14: Total de población de los municipios de menos de 500 habitantes que albergan empresas de T.A. en la provincia de Huesca.....	45
Tabla 15: Empresas encuestadas.....	46
Tabla 16: Actividades ofertadas en cada empresa de turismo activo.....	50



## RESUMEN

Al turismo tradicional de sol y playa imperante en España en las últimas décadas se han sumado otras modalidades turísticas como el turismo cultural, urbano, rural, activo, de naturaleza o de congresos entre otros.

El presente trabajo analiza diversos aspectos socioeconómicos y territoriales del turismo activo en España y Aragón, y también en la provincia de Huesca. Se comienza por la delimitación conceptual de este fenómeno, para abordar a continuación aspectos relacionados con su regulación y reglamentación, y los diferentes tipos de turismo activo que se identifican en el territorio. Después se caracterizan las empresas de turismo activo y se analiza su oferta y demanda.

Finalmente, se hará un análisis del turismo activo en la provincia de Huesca, en concreto se analizará la localización geográfica de las empresas en los municipios, y su estructura en lo referido a los trabajadores, estacionalidad de la actividad, etc. También se analizarán las posibles repercusiones de la instalación de esas empresas en los municipios de la provincia oscense.

**Palabras clave:** turismo activo, estacionalidad, actividades terrestres, actividades aéreas, actividades acuáticas.



## INTRODUCCIÓN

El turismo es un motor clave socio-económicamente hablando para multitud de países, y, este sector ha experimentado un crecimiento continuo acompañado de una gran diversificación (Orgaz, 2013). Tanto es así que las cifras del turismo en su aportación a la economía igualan a las exportaciones de petróleo o automóviles, lo cual es un indicador de la importancia del mismo para la economía de un país (Orgaz, 2013).

En concreto, el turismo activo es una las modalidades que más auge y crecimiento ha experimentado recientemente en el ámbito internacional; también en España, ha sido una de las tipologías turísticas que con más fuerza se han desarrollado en el mercado español (Moral, 2010). El turismo de aventura o turismo activo es una modalidad que está en auge en toda Europa, y que genera un gran impacto tanto social y económico, que ha favorecido la creación de numerosos puestos de trabajo, y que ha dejado importantes beneficios en los lugares donde se desarrolla (Araújo, 2012).

En España, según la Estadística de Empleo de 2016, son más de dos millones los empleados en actividades turísticas, aumentando interanualmente un 4,8%, y siendo el 12,1% del total de afiliados en alta laboral en la economía española (Memoria de Gestión Turespaña, 2016). Además del impacto demostrado en el empleo, España recibió en 2016 un total de 75,6 millones de turistas internaciones, lo que supone un aumento del 10,3% respecto al 2015. (Turespaña, 2016).

Para el desarrollo o implantación de esta modalidad turística es fundamental que se reúnan una serie de características físicas del territorio, entre las que destaca sobre todo el relieve, ya que se suele realizar en cañones, sendas de montaña o ríos con una pendiente ligeramente elevada (Araújo, Fraiz, Paül, 2011). También son fundamentales otros aspectos como el clima, siendo los más beneficiosos los climas propensos a la existencia de nevadas que permitan diferentes actividades como el esquí o las raquetas de nieve. España reúne una serie de condiciones que hacen posible el auge de este turismo, especialmente en la provincia de Huesca, con los Pirineos como referencia (Fraiz, 2011).

En los últimos años, el turismo activo en España ha tenido una gran evolución, ya que tuvo su verdadero boom en 2004, reflejándose en que el 36,80% de las empresas de turismo activo se crearon entre el 2004 y el 2009 (ANETA), cuando aventureros y

amantes de la naturaleza decidieron invertir y crear su propio negocio además de practicarlo. La crisis económica que comenzó en 2008 también fue un aliciente para la creación de estas empresas, pues algunos ciudadanos que habían perdido su trabajo vieron en el turismo activo una vía de poder desarrollar una actividad económica (Orgaz, 2013). En este contexto, y ante la importancia del fenómeno, en este trabajo se realiza la caracterización detallada del turismo activo en España, Aragón y en la provincia de Huesca; en concreto, dicho análisis escalar se centrará en aspectos de la oferta, demanda, e impacto de esta modalidad de turismo.

Para la realización de este trabajo se ha partido de la hipótesis de que el número de empresas de turismo activo que se encuentran en el territorio es proporcional al tamaño demográfico de los municipios donde se localizan.

En cuanto a los objetivos del trabajo, además de los citados anteriormente, se añadirían como objetivos específicos:

- Objetivo 1: Precisar conceptualmente el turismo activo y turismo de aventura.
- Objetivo 2: Conocer el auge y evolución de esta tipología turística en España, Aragón, y más concretamente en la provincia de Huesca.
- Objetivo 3: Realizar un análisis de la reglamentación que rige el turismo activo, viendo así las limitaciones que pueden existir en ciertos enclaves geográficos.
- Objetivo 4: Analizar el número de empresas instaladas en Aragón y en la provincia de Huesca y sus características, prestando especial atención al número de trabajadores.
- Objetivo 5: Análisis de diversas características de la demanda de turismo activo en España, Aragón y en la provincia de Huesca, en función de la edad o el origen geográfico, pudiendo así descubrir posibles casos de turismo interno dentro de una misma Comunidad Autónoma o a nivel nacional.
- Objetivo 6: Comparación del turismo activo en Aragón y en Galicia con el fin de dar dos puntos de vista diferentes en lo referido al turismo activo.
- Objetivo 7: Caracterizar demográficamente y económicamente los municipios en los que se localizan las empresas de turismo activo de la provincia de Huesca.
- Objetivo 8: Analizar el impacto de las empresas de turismo activo en el empleo de los municipios donde se albergan, prestando especial atención a la estacionalidad y a la duración de los contratos.

## METODOLOGÍA

La búsqueda de bibliografía es el paso fundamental en este trabajo, usando diversos buscadores como Dialnet, el servicio de la Biblioteca de la Universidad de Zaragoza (Roble).

Inicialmente, se han realizado búsquedas bibliográficas (de libros y revistas académicas) gracias a plataformas con Dialnet y Google Académico.

En cuanto al acceso a fuentes (padrones y censos de población, básicamente), se ha realizado a través del Instituto Aragonés de Estadística (IAEST) y del Instituto Nacional de Estadística (INE). En estos organismos también se ha accedido a información referente a las empresas de turismo activo y su evolución en el tiempo.

Para complementar esa información y disponer de ella de forma más accesible se ha realizado una base de datos en Excel donde figuraban el nombre de todas las empresas de turismo activo de la provincia de Huesca, así como la localización de su sede social y la población del municipio en los años 2003, 2010 y 2017.

A su vez, contactamos telefónicamente con el servicio de turismo de la DGA, que nos remitió al departamento de turismo activo. A este departamento se solicitó información sobre empresas de turismo activo en Aragón y sus características, pero el esfuerzo no llegó a término ya que nunca se nos proporcionó dicha información, alegando que no se disponía de ella.

También se ha trabajado con la colaboración de la Asociación de Turismo Deportivo de Aragón, gracias a la cual se han conseguido bastantes datos sobre estas empresas. En esta asociación (Asociación de Turismo Deportivo de Aragón) se nos dio la oportunidad de distribuir un cuestionario entre los socios/asociados, por lo que elaboramos dicho cuestionario (en google docs.). Su objetivo era recabar información sobre las empresas y sus características, sobre todo de tipo económico y social. Así, dicha encuesta se titulaba “Encuesta sobre empresas de turismo activo en la Provincia de Huesca”.

Dicha encuesta se lanzó a los socios de la provincia de Huesca durante agosto de 2018, y se obtuvieron 25 respuestas. Posteriormente se trabajaron los resultados. La encuesta íntegra se puede consultar en los anexos del documento.

# 1- APROXIMACIÓN CONCEPTUAL AL TURISMO Y AL TURISMO ACTIVO

El turismo es definido por la Real Academia Española (RAE) como la actividad o el hecho de viajar por placer. La Organización Mundial del Turismo (OMT) también define el turismo como “un fenómeno social, cultural y económico que está relacionado con el movimiento de las personas a lugares fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o profesionales” (OMT, 2018). Además, la OMT va más allá y define el turismo sostenible como “aquel turismo que tiene en cuenta las repercusiones actuales, futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los turistas, de la industria, del medio y de las comunidades anfitrionas”.

Según el Gobierno de España, y más concretamente según el Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, el turismo tiene diversas modalidades (BOA, 2013):

- Cultural y de ciudad
- Enogastronómico
- De compras
- LGTB
- Idiomático
- Halal
- De salud y bienestar
- De naturaleza
- Deportivo
- De cruceros
- De reuniones

En este trabajo nos vamos a centrar en el turismo activo o de aventura, que puede catalogarse dentro del turismo deportivo o dentro del turismo de naturaleza (Araújo, 2011).

El turismo activo o de aventura tiene su principal debate en su propia definición, pues al englobar actividades de tan diferente índole hace que no exista una definición común aceptada por unanimidad. De hecho, es tal su complicación que no hay acuerdo sobre el concepto según los distintos autores (Aspas, 2004). El concepto varía según los autores,

siendo tanto “turismo de aventura” como “turismo activo” aceptados. Si bien es cierto que algunos autores dejan claro por qué deberían ser conceptos claramente diferenciados, y es que el concepto de “aventura” aboga por un final incierto o desconocido, siendo que el concepto de turismo busca la satisfacción total del cliente (Aspas, 2004).

Lo primero que habría que aclarar en cuanto al turismo activo es que es un tipo de turismo relativamente nuevo, ya que su desarrollo se empieza a producir en los años 70, con la oferta de actividades de turismo activo. El apoyo de internet, así como la mejora en la red y de los medios de transporte, fueron fundamentales para su desarrollo (Moral, Cañero y Orgaz, 2013). El turismo activo es un producto que está cambiando el modelo clásico español de sol y playa (Peñalver, 2004).

Entrando en detalle, podemos definir el turismo activo como todo aquel que está vinculado a la práctica de actividades, generalmente deportivas, al aire libre y que usa los recursos naturales de la propia naturaleza (Peñalver, 2004). Otros autores simplifican más dicho concepto, y definen el turismo activo como una actividad turística que se desarrolla en la propia naturaleza (García, 2010); mientras que algunos incluso se atreven a añadir las emociones en sus definiciones, catalogando el turismo activo como una modalidad turística que abarca la práctica de todas actividades de carácter deportivo que se desarrollan en un entorno natural y que suponen para el turista una gran dosis de emoción acompañado de un cierto riesgo (Soriano, 1998).

El turismo activo o de aventura también se suele usar como sinónimo de deporte de aventura, pues es difícil diferenciar cuando se da un tipo de actividad y cuándo la otra (más o menos activa, y más o menos de aventura. En ambos casos, se satisfacen las necesidades de ocio del consumidor, por lo que la diferencia en ambos casos es inexistente. De hecho, hay otros autores que directamente engloban un concepto con otro sin apenas diferenciarlos, simplemente remarcando que para considerarse deportes, sus practicantes deberían estar federados o escritos en algún tipo de registro (Expósito, 2009).

## 2- EL TURISMO ACTIVO Y SUS TIPOS

El turismo activo se caracteriza por englobar una gran variedad de actividades, caracterizadas todas ellas por compartir un escenario común, pero destinadas a diferentes consumidores, diferenciándose por su nivel de dificultad, su duración o incluso el esfuerzo que el turista debe realizar para su ejecución (Rivera Mateos, 2010).

Sobre la clasificación de los tipos de turismo activo, una muy habitual diferencia entre tres grandes tipos de practicar turismo (Olivera, 1995):

- *Actividades terrestres*: podríamos englobar en esta categoría diferentes actividades como todo lo relacionado con el senderismo, el esquí, la espeleología, el ciclismo, las vías ferratas, y muchas actividades más.

Además, entre las actividades terrestres se pueden crear más clasificaciones según la orografía del relieve, ya que hay actividades que necesitan lugares llanos (senderismo), otros que necesitan enclaves geográficos con una gran verticalidad en el terreno (escalada, puenting), y otros que por ejemplo necesitan lugares donde existan cuevas (espeleología).

- *Actividades acuáticas*: entre las que destacan todas las relacionadas con los descensos de ríos, u otras actividades tales como el submarinismo, o el turismo fluvial. Una peculiaridad de este tipo de actividades es que casi todas necesitan un mínimo de formación para su realización. Por eso, generalmente, las empresas dan unos pequeños consejos e instrucciones antes de su realización.

Se pueden realizar divisiones dentro de las actividades acuáticas, pudiendo diferenciar entre aguas tranquilas o aguas bravas; o el tipo de agua en el que se realizan (dulce o salada).

- *Actividades aéreas*: podríamos afirmar que son las más arriesgadas y las que más riesgo conllevan. Engloba actividades como el ala delta, parapente o paracaidismo entre otras. Las actividades aéreas se caracterizan por la necesidad de unas buenas condiciones meteorológicas para su realización, ya que si no son demasiado peligrosas y entrañan un gran riesgo para el turista.

En este caso, las diferencias dentro de este tipo se producen según el instrumento usado para “volar”.

Otras clasificaciones, como la propuesta por la OMT, conceden menos importancia al medio donde se desarrolla la actividad (terrestre, acuática, aérea) y se centran en el grado de “riesgo” que conlleva la actividad (Rivera, 2010), diferenciando entre:

- *Turismo de gran aventura*: hace referencia a experiencias únicas y fascinantes, con un cierto nivel de riesgo y que exigen un cierto grado de preparación del turista. Se suele desarrollar en lugares lejanos y poco explorados.
- *Turismo de pequeña aventura*: caracterizado por su bajo riesgo y escasa preparación necesaria del turista. Dadas sus condiciones favorables su mercado es mucho más amplio pudiendo catalogarse para todos los públicos.

No obstante se pueden realizar otro tipo de clasificaciones teniendo en cuenta otros criterios como el valor fundamental que se busca con la práctica de la actividad (Acuña, 1991); según el elemento implicado (Bouet, 1968); teniendo en cuenta los condicionantes de las actividades en el medio natural (Funollet, 1995); o algunas incluso más simples como la clasificación según el grado de facilidad o de dificultad (Ascaso, 1996).

Finalmente, hay que destacar que el propio Boletín Oficial de Aragón, mediante el Decreto 55/2008, de 1 de Abril, del Gobierno de Aragón, aprobó el Reglamento de las empresas de Turismo Activo. Ese reglamento incluye la clasificación de los tipos de actividades de turismo activo que estarán vigentes en Aragón en el futuro, consistiendo dicha clasificación en (BOA, 2008. Págs. 5012-5014):

- actividades subacuáticas
- actividades náuticas
- turismo ecuestre y similares
- ciclismo
- actividades aéreas
- actividades de montaña y escalada
- actividades de orientación
- espeleología
- tiro con arco
- actividades de nieve
- actividades con vehículos de motor
- paintball y similares

- otras actividades en la naturaleza

Como se puede comprobar, es una clasificación mucho más amplia, pero que da una mayor importancia a cada sector. También se puede explicar este alto nivel de detalle a la necesidad de que cada empresa especifique claramente a qué tipo de turismo activo va a orientar su actividad, ya que los permisos, formación y en definitiva las necesidades van a ser distintas para cada uno de ellos.

### 3- REGLAMENTACIÓN Y REGULACIÓN DEL TURISMO ACTIVO

La cuestión de la reglamentación y regulación del turismo activo es un aspecto fundamental en el estudio de esta modalidad turística, ya que al ser tan reciente no existe una regulación homogénea que regule por igual a todas las CCAA.

Quizás es el tipo de turismo que más regulación necesita, y eso sucede porque hay que recordar que la naturaleza y el medio ambiente son las bases para el desarrollo de dicho turismo. En el caso de carecer de dichas “normas”, la naturaleza sería un bien finito que se iría deteriorando con el paso de los años, haciendo del turismo activo un producto con fecha de caducidad (García, 2010).

De hecho, este es uno de los problemas más frecuentes a la hora de hablar de este tipo de turismo, y es que son muchos los autores que denuncian esta falta de conciencia ambiental y de regulación de las actividades turísticas ofertadas (Nasarre, 2006). Además, hay que añadir el “agravante” del uso frecuente en el turismo activo de aparatos mecánicos, que hacen que el impacto sobre el medio sea aún mayor (García, 2010).

Entrando en materia, se puede afirmar que la primera norma para el correcto desarrollo del turismo activo es algo tan básico y simple como conocer la naturaleza. Algo tan lógico hace que una empresa, además de ofertar diferentes actividades, tenga en mente la conservación del medio, desarrollándose así un turismo responsable respetuoso con los recursos de la naturaleza (Mediana y García, 1999). En este aspecto habría que destacar la figura de la empresa como mentor de los turistas. Es decir, además de velar por el turismo responsable en sus actividades, debe concienciar a los turistas antes de



realizar la actividad de que tienen que tener un respeto máximo por la naturaleza y con los recursos naturales que se van a encontrar durante su desarrollo (Nasarre, 2006).

Las Comunidades Autónomas tienen transferidas las competencias en materia de turismo, por lo que son las encargadas de su regulación, así como de su desarrollo, potenciación y clasificación de las empresas en su ámbito territorial.

<b>COMUNIDAD AUTÓNOMA</b>	<b>LEGISLACIÓN VIGENTE</b>
Andalucía	Decreto 20/2002, de 29 de enero, que regula la prestación de servicios en el medio rural y el turismo activo.
Aragón	Decreto 55/2008, de 1 de abril, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el reglamento de las empresas de turismo activo.
Asturias	Decreto 111/2014, de 26 de noviembre, de turismo activo.
Canarias	Decreto 226/2017, de 13 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se establece el régimen jurídico para el desarrollo de las actividades de turismo activo.
Cantabria	Decreto 31/1997, de 23 de abril, de Cantabria sobre alojamientos y actividades turísticas en el medio rural.
Castilla y León	Decreto 96/2007 de 27 de septiembre, por el que se regula la Ordenación de las Empresas de Turismo Activo de la Comunidad de Castilla y León.
Castilla-La Mancha	Decreto 77/2005 de ordenación de las empresas de turismo activo.
Cataluña	Decreto 56/2003, de 4 de Febrero, que regula las actividades físico-deportivas en el medio natural.
Comunidad Valenciana	Decreto 22/2012, de 27 de enero, del Consell, regulador del turismo activo en la Comunitat Valenciana.
Galicia	Decreto 42/2001, de 1 de febrero, por el que se refunde la normativa de agencias de viajes, guías de turismo especializado y turismo activo.
Islas Baleares	Decreto 20/2015, de 17 de abril, de principios generales y directrices de coordinación en materia turística; de regulación de órganos asesores, de coordinación y de cooperación del Gobierno de las Illes Balears, y de regulación y clasificación de las empresas y de los establecimientos turísticos, dictado en desarrollo de la Ley 8/2012, de 19 de julio, de Turismo de las Illes Balears.
La Rioja	Decreto 14/2011, de 4 de marzo, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley 2/2001, de 31 de mayo, de Turismo de La Rioja.
Navarra	Decreto Foral 288/2004, de 23 de agosto, por el que se aprueba el reglamento para el ejercicio de la actividad de las empresas dedicadas a la prestación de servicios de turismo activo y cultural.
Región de Murcia	Decreto nº 11/2018, de 14 de febrero, por el que se regulan las empresas de turismo activo de la Región de Murcia.
Extremadura, Madrid, País Vasco	Carecen de legislación específica para el turismo activo.

Tabla 1: Normativa autonómica reguladora del turismo activo (2018). Fuente: Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo.

En el caso de Aragón, se publicó la Ley 6/2003, de 27 de Febrero, del Turismo de Aragón, la cual contiene el régimen jurídico general de las actividades turísticas. A su vez, en el Decreto 55/2008, de 1 de Abril, del Gobierno de Aragón, se aprueba el Reglamento de las empresas de Turismo Activo, que regula además las titulaciones de monitores, guías e instructores de empresas de turismo activo. También se regulan otros aspectos como los seguros que han de contratarse en las empresas, las titulaciones y certificados que son válidos para ser monitos o instructor, etc. Progresivamente se han ido incorporando otras regulaciones como la distinción entre las figuras de monitores y la del responsable técnico de la actividad; la reglamentación específica para los menores de edad; las condiciones de homologación del material; e incluso la incorporación de otras actividades a esta categoría de turismo activo como el caso del paintball, la pesca o la caza.

A su vez, las leyes reguladores velan por el cuidado del medio natural y por el buen trato al turista. Esto se produce mediante la sanción si se producen infracciones por parte de la empresa de acuerdo al título VI de la Ley 6/2003, de 27 de Febrero, de turismo de Aragón.

Uno de los mayores problemas que están surgiendo en el turismo activo es el intrusismo, ya que cada vez existen más particulares que ofrecen los mismos servicios que las empresas pero de manera ilegal o sin la licencia para el desarrollo de todas las actividades (Maluenda, 2015).

En definitiva, la regulación de las empresas de turismo activo es cada vez mayor y más exigente, pero esto es bueno dada su estrecha “colaboración” con la naturaleza y el medio ambiente, que deber ser siempre protegido y cuidado de la acción humana.

Además, porque la oferta de actividades de turismo activo se debe realizar de forma reglada y por personas formadas-cualificadas, principalmente por motivos de seguridad; pero además, la reglamentación se justifica porque la generación de actividad económica debe estar controlada y no realizarse de forma opaca y al margen de la normativa de cotizaciones.

A lo anterior habría que añadir el presente crecimiento de la demanda de turismo activo está provocando una mayor focalización por parte de los órganos reguladores en las empresas, algo que es positivo para acabar con la competencia desleal (García, 2002).

## **4- EL TURISMO ACTIVO EN ESPAÑA**

Es necesario comprender la evolución y el contexto general del turismo activo en España para poder realizar cualquier análisis posterior a escala más concreta. No obstante, esto no es una tarea fácil, ya que no existen unos indicadores concretos para esta rama (Araújo, Fraiz y Paül, 2012).

En España, durante muchas décadas, la modalidad de turismo más desarrollada y con más impacto ha sido la de sol y playa. No obstante, esta tendencia está cambiando, surgiendo cada vez con mayor fuerza los tipos de turismo alternativos, entre los que se encuentra el turismo activo o de aventura (Peñalver, 2004).

Internacionalmente, la comercialización de este tipo de turismo se remonta a los años 70, ligado a las mejoras en los medios de transporte y en el auge de internet, ambos productos claves para la difusión entre la población de estas actividades (Puertas Cañaverall, 2007). No obstante desde su “auge”, el turismo activo ha ido reinventándose y renovándose año a año debido a las altas exigencias de los turistas, lo que ha hecho que el turismo activo sea un segmento de mercado turístico totalmente independiente y transversal (Moral, 2010).

En definitiva, llegamos a la conclusión de que el turismo activo es una rama turística relativamente joven pero que año a año ha ido haciéndose hueco en el mercado y postulándose como una alternativa importante al clásico modelo turístico de sol y playa. La implicación de las administraciones públicas ha sido clave para conseguir estos resultados tan rápidamente.

### **4.1 LA OFERTA DE TURISMO ACTIVO EN ESPAÑA**

Se van a analizar tanto la distribución de las empresas en el territorio español, como la antigüedad de las mismas. Finalmente se hará un análisis de las actividades ofertadas.

#### **4.1.1- DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS EN EL TERRITORIO ESPAÑOL**

Es importante conocer cómo se distribuyen las empresas de turismo activo en España, para poder así analizar diferentes aspectos como el relieve sobre el que se encuentran o las CCAA con mayor turismo activo.

Las estadísticas oficiales referidas a este tipo de turismo son escasas, por lo que su análisis presenta ciertas dificultades. No obstante, una vez analizadas las empresas que

existen en España, podemos confirmar que en España existían 1.580 empresas de turismo activo en 2011 (Mediavilla et al., 2014). Como se ha comentado anteriormente, la opacidad a la hora de la presentación de los datos hace que esto no sea del todo real, es decir, no coinciden las empresas inscritas oficialmente en el registro con las que ofrecen servicios de turismo activo. Se puede afirmar por tanto, que alrededor del 57% de las empresas de turismo activo que existen en España no están inscritas oficialmente en los registros correspondientes (ANETA, 2014).

En 2014, la cifra de empresas de turismo activo en España era de 2.438 oficialmente, aunque en realidad eran 4.245 las que ofrecían actividades de turismo activo, repartidas de forma desigual por las diferentes Comunidades Autónomas:

COMUNIDAD AUTÓNOMA	NÚMERO DE EMPRESAS DE T.A. INSCRITAS	NÚMERO DE EMPRESAS DE T.A
<b>Andalucía</b>	828	879
<b>Aragón</b>	211	301
<b>Asturias</b>	85	180
<b>Baleares</b>	10	206
<b>Canarias</b>	-	241
<b>Cantabria</b>	159	184
<b>Castilla – León</b>	226	261
<b>Castilla La Mancha</b>	167	231
<b>Cataluña</b>	231	545
<b>Ceuta</b>	7	19
<b>Comunidad Valenciana</b>	141	255
<b>Extremadura</b>	-	137
<b>Galicia</b>	18	111
<b>La Rioja</b>	30	45
<b>Madrid</b>	94	195
<b>Melilla</b>	-	3
<b>Murcia</b>	87	176
<b>Navarra</b>	68	96
<b>País Vasco</b>	76	180
<b>TOTAL</b>	2438	4245

Tabla 2: Empresas de turismo activo en España por CCAA en 2014. Fuente: ANETA.  
Elaboración propia.

En la tabla anterior se puede ver cómo la oferta varía a lo largo del territorio español, siendo Andalucía la mayor ofertante de actividades de turismo activo en España. Esto se debe principalmente a su mayor extensión y a la existencia de recursos idóneos para la realización de estas actividades.

Cataluña y Aragón son las siguientes comunidades con mayor oferta, sin duda debido a la existencia de los Pirineos al norte de ambas, lugar ideal para llevar a cabo dichas actividades. También los ríos que nacen en dicha cordillera y que discurren por territorio aragonés y catalán reúnen unas muy buenas características para realizar a cabo actividades como barranquismo o rafting.

En el lado opuesto se encuentran otras comunidades como Extremadura o las de la Cordillera Cantábrica, que el número de empresas que ofertan estas actividades es considerablemente menor debido a que las características del relieve no son las mejores para este tipo de actividades.

También es interesante analizar la enorme diferencia entre las empresas inscritas en el registro oficial y las empresas que verdaderamente existen y operan y que ofertan actividades de turismo activo en España (Tabla 2). Para poder ver este fenómeno mucho mejor se ha realizado un gráfico en el que se puede ver a simple vista dicho problema.

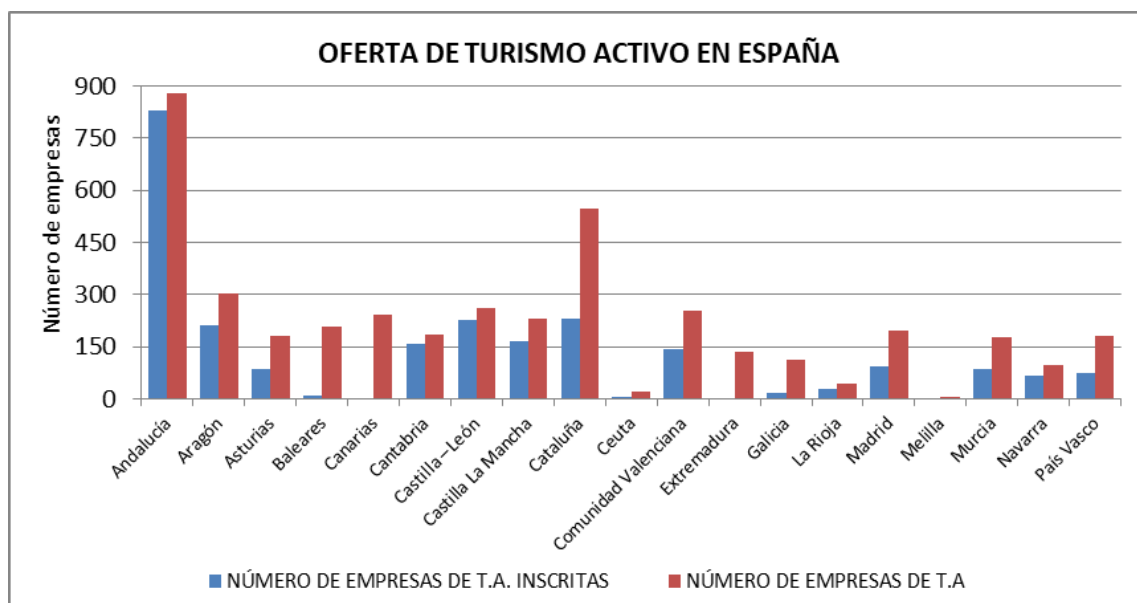


Figura 1: Oferta de Turismo Activo en España en 2014. Elaboración propia.

Como se puede comprobar en todas las Comunidades Autónomas, es mayor el número de empresas que ofrecen dichas actividades, que el número de empresas inscritas en el registro gestionado por cada Comunidad Autónoma. Es decir, muchas de las empresas (casi la mitad) que hay en España no se ajustan a la legalidad.

Esto es un problema por diferentes causas, ya que si esto continua así jamás será posible obtener cifras reales del turismo activo y por tanto no se podrá saber fielmente cuál ha sido su evolución, su impacto en la sociedad, y en la economía, etc. Pero, además supone un problema para las empresas que están inscritas legalmente en los registros correspondientes, que se tienen que enfrentar a esta competencia ilegal de empresas que no cumplen con sus obligaciones. A su vez, pueden acarrear otros problemas en caso de accidentes, seguros, etc. Podemos ver en la figura 1 como Cataluña es la Comunidad, con mayor diferencia, entre este tipo de empresas, siendo más del doble las no inscritas que las inscritas.

#### 4.1.2- ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO EN ESPAÑA

Una vez analizada la distribución de las empresas en el territorio español, es interesante analizar la antigüedad de las mismas con el fin de conocer la “edad” de esta modalidad turística.

Siguiendo con el análisis de la evolución de la oferta en España, la Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo (ANETA), llevó a cabo un estudio muy significativo que nos aporta información muy valiosa en lo que se refiere a las empresas de turismo activo. En dicho estudio se analiza la antigüedad de las empresas que operan en España en el año 2014, llegando a la conclusión que el 69,7% de las empresas encuestadas fueron creadas antes de 2010, mientras que el 30,3% restante se crearon en el periodo de 2010-2015.

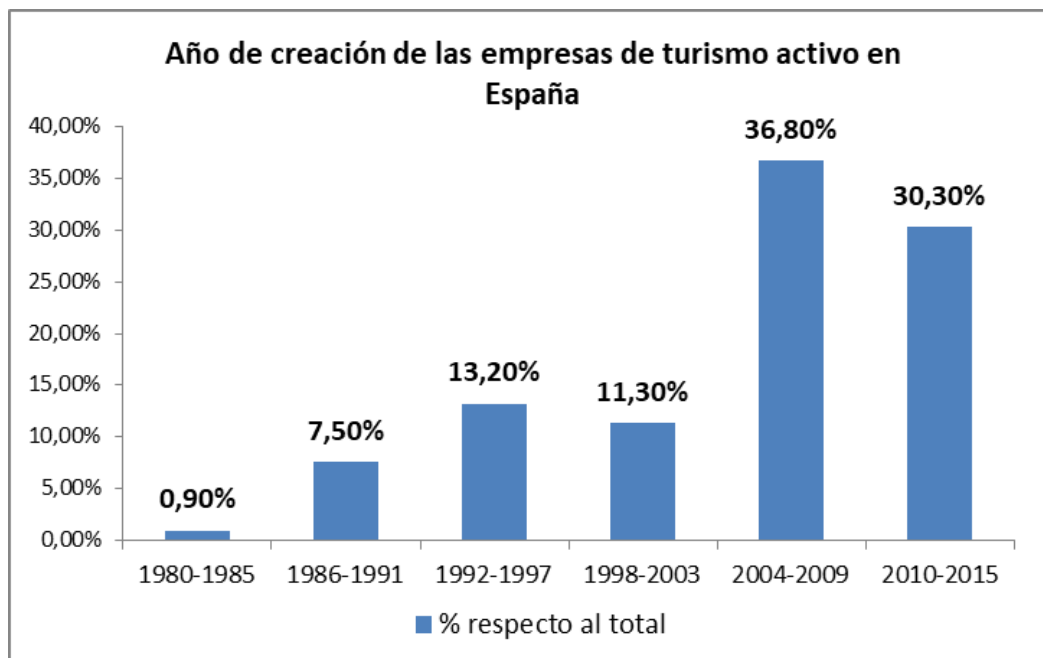


Figura 2: Año de creación de las empresas de T.A. en España en 2014. Fuente: ANETA. Elaboración propia.

Como se puede comprobar, el turismo activo en España existe desde hace mucho tiempo, si bien es cierto que su máximo apogeo se vive en los últimos años. Es de destacar que el mayor periodo de creación de las empresas de turismo activo en España coincida con el periodo de la crisis económica que sufrió nuestro país. Si bien es cierto que esto se debe a que muchos emprendedores optaron por esta vía de escape como solución a la difícil época. También la creciente formación en lo referido a estas técnicas de turismo ha hecho posible este boom, así como las mejoras en las condiciones de realización de estas actividades.

En el lado opuesto habría que tener en cuenta las empresas dadas de baja, no existiendo un registro en el que se detallen cuantas han sido y en qué año, por lo que estos registros siempre hay que analizarlos con matices.

#### 4.1.3- ACTIVIDADES OFERTADAS

Para finalizar con el análisis de la oferta de turismo activo en España, y una vez estudiada la distribución de las empresas por el país así como la antigüedad de las mismas, es conveniente hacer un breve análisis de las actividades que estas ofrecen a los turistas, así como de su periodo de actividad.

La oferta de actividades que cada empresa tiene está condicionada por su localización geográfica, así como por las condiciones del relieve donde lleva a cabo las mismas (Fraiz, 2012). En conjunto, las actividades más ofertadas son las terrestres, ya que engloban un gran conjunto de actividades que se pueden practicar en casi cualquier localización. En menor medida se ofertan las actividades acuáticas, centradas sobre todo en el rafting y el piragüismo. Finalmente, las actividades aéreas son las menos ofertadas, ya que requieren unas condiciones que no se dan en todos los casos (Fraiz, 2012). También son las menos ofertadas debido a su dificultad y riesgo, y es que son más los turistas que van a realizar actividades en familia que los intrépidos que se atreven con las actividades aéreas (Paül, 2012).

En la mayoría de las empresas se ofertan las actividades terrestres, complementándolas con alguna actividad acuática y/o aérea, pero en muy pocos casos existen las empresas especializadas tan solo en una de estas dos últimas actividades (Araújo, 2012).

En definitiva, se puede afirmar que España tiene una serie de aspectos como grandes ríos, costas, zonas montañosas, barrancos, senderos, valles, etc., que hacen de su territorio un gran escenario para la oferta de actividades de turismo activo. Es por ello la gran variedad en lo referido a la oferta de actividades de turismo activo en diferentes medios naturales (terrestres, acuáticos, aéreos), si bien es cierto que el terrestre predomina sobre el resto (Paül, 2012).

#### 4.2- LA DEMANDA DE TURISMO ACTIVO EN ESPAÑA

El turismo activo en España ha ido evolucionando con el paso de los años, generalmente hacia un mayor abanico de posibilidades y actividades a disposición del turista. Pero dicha oferta no habría experimentado esa transformación si la demanda no hubiese evolucionado igualmente.



Así pues, y según el Gobierno de España el número de turistas de naturaleza en nuestro país se sitúa entre los 28 y los 65 millones anuales, es decir, entre un 12%-29% del turismo total (MAPAMA, 2017).

Otro dato significativo es la evolución del número de visitantes a Parques Nacionales, donde se pueden realizar actividades de turismo activo, la cual ha sufrido una gran evolución en los últimos 10 años aumentando un 34% hasta llegar a los 14,2 millones en 2015 (MAPAMA, 2017). También los espacios naturales protegidos han experimentado una evolución pasando de los 4,2 millones de visitantes en 1973 a los 21 millones en 2012.

Además de estos datos sobre la evolución de la demanda del turismo de naturaleza, y por consiguiente del turismo activo, las empresas basan su oferta en el perfil del turista de naturaleza, acomodándose a sus gustos. El perfil medio del turista de naturaleza cumple una serie de características (MAPAMA, 2017):

- Edad entre 25 y 45 años
- Formación académica media o superior
- Nivel socio-económico medio y alto
- Viaja motivado por la diversión y por el descanso
- Viaja en grupos pocos numerosos
- Estancias cortas, generalmente fin de semanas o puentes
- Bajo grado de especialización en las diferentes actividades
- Alta fidelización a los destinos y a las actividades
- Las actividades favoritas son el senderismo y los paseos
- Valoran el entorno, su calidad, y sus figuras de protección a la hora de elegir el destino
- Visitan destinos próximos a su zona de residencia

#### 4.2.1. ACTIVIDADES MÁS DEMANDADAS

A continuación se va a realizar un análisis de las actividades más demandadas por los turistas de turismo activo, viendo si tienen relación alguna con las actividades más ofertadas por las empresas. Así pues, y según un estudio de la Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo en España (ANETA, 2014), la actividad más demandada por los turistas en 2014 fue el senderismo, el barranquismo, el piragüismo y el rafting. Les siguen otras como los parques de aventura, el kayak o el trekking. Entre las menos demandadas encontramos actividades como el tiro con arco, el puenting o el buceo.

Si las agrupamos por el entorno en el que se desarrollan, las actividades terrestres son las más demandadas, seguidas de las acuáticas. Las aéreas por su parte son las menos demandadas.

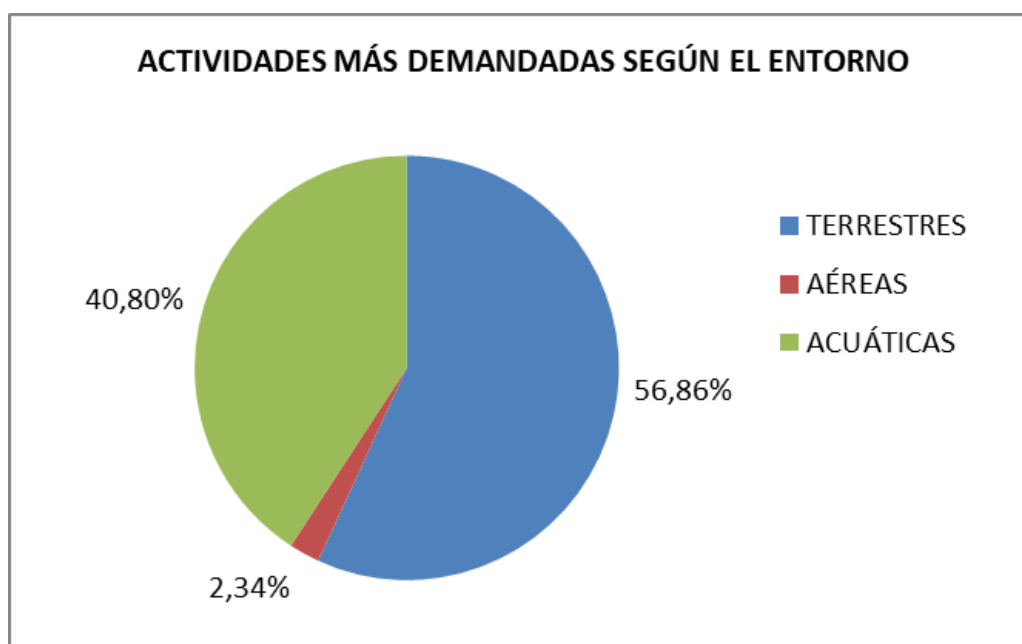


Figura 3: Actividades más demandadas de turismo activo según el entorno en el que se desarrollen (2014). Fuente: ANETA. Elaboración propia.

Una vez analizadas las actividades más demandadas por las empresas de turismo activo, se puede apreciar que concuerdan con las actividades más ofertadas. Las actividades terrestres son las predominantes, seguidas de las acuáticas y finalmente de las aéreas. Es decir, las empresas se adaptan a la demanda de los turistas, basándose en sus

preferencias. Tiene lógica que las actividades terrestres sean las más demandadas ya que suelen ser las más sencillas y las que se pueden realizar con la familia, a diferencia de otras como las aéreas que ofrecen una dosis mayor de riesgo y de adrenalina.

## 5- EL TURISMO ACTIVO EN ARAGÓN

Dando un paso en cuanto a la escala, el turismo activo en Aragón presenta unas características propias que lo diferencian del resto de Comunidades Autónomas.

### 5.1. LA OFERTA DE TURISMO ACTIVO EN ARAGÓN

Al igual que en España, el turismo activo ha sufrido una gran evolución en los últimos años, fruto de las nuevas inquietudes de los turistas que han ido descubriendo poco a poco los deportes de aventura (Lacosta, 2002).

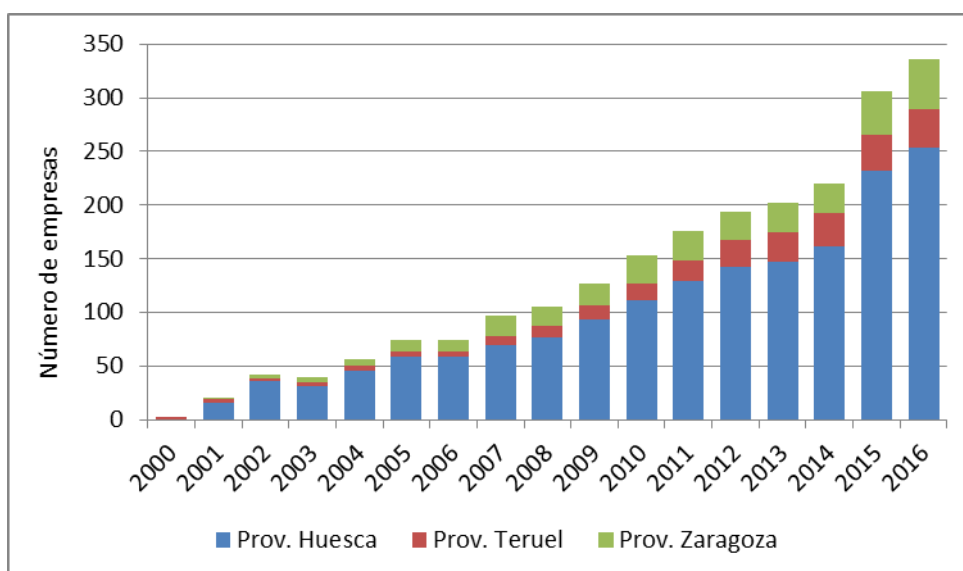


Figura 4: Evolución del número de empresas de T.A. en Aragón. Fuente: IAEST. Elaboración propia.

	Aragón	Prov. Huesca	Prov. Teruel	Prov. Zaragoza
2000	3	0	3	0
2001	20	16	3	1
2002	42	36	3	3
2003	40	32	3	5
2004	56	46	4	6
2005	74	59	5	10
2006	75	59	5	11
2007	97	70	8	19
2008	105	77	10	18
2009	127	94	13	20
2010	153	112	15	26
2011	176	129	20	27
2012	194	142	25	27
2013	202	147	28	27
2014	220	162	31	27
2015	306	232	34	40
2016	336	253	36	47

Tabla 3: Número de empresas de T.A. en Aragón. Fuente: IAEST. Elaboración propia

Como se puede observar en la figura 4, el crecimiento de las empresas de turismo activo en Aragón ha sido constante desde el año 2000, cuando apenas existían 3 empresas registradas, hasta el 2016 donde están registradas 336 empresas. (Ver tabla 3).

En la tabla 3 y en la figura 4 se puede apreciar cómo 2015 fue el año en el que más empresas se registraron respecto al año anterior. Eso tal vez se deba al mayor desarrollo del turismo activo en los últimos años, sumado a la progresiva salida de la crisis económica.

No obstante, la evolución de las empresas de turismo activo en Aragón ha sido desigual en las diferentes provincias (ver Figura 5).

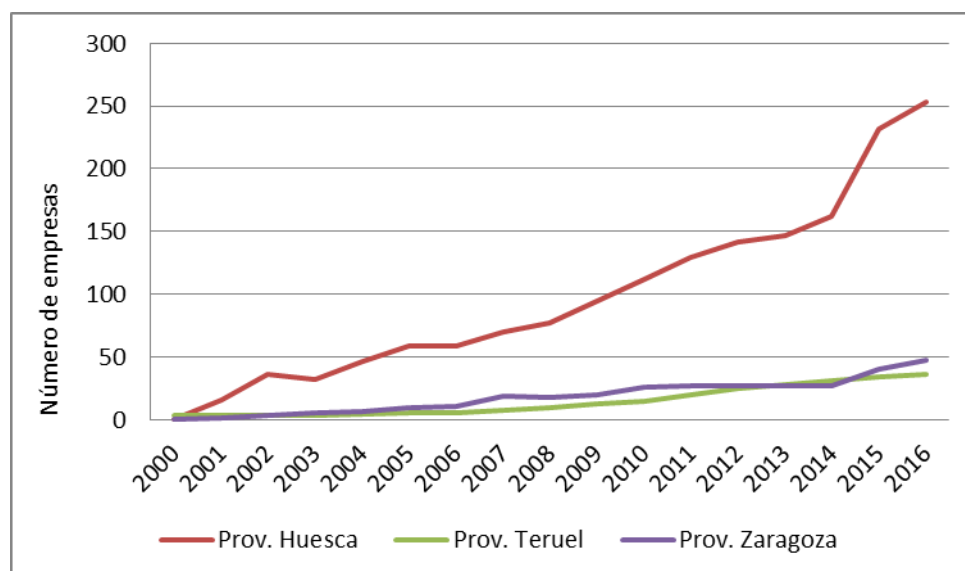


Figura 5: Evolución del número de empresas de T.A. en Aragón por provincias. Fuente: Anuario Estadístico de Turismo. Elaboración propia.

Podemos observar como la provincia de Huesca es la que más empresas alberga, siendo cada año esa diferencia mayor. Las condiciones climáticas, así como las características de su relieve (Lacosta, 2002) son los principales valedores de este gran incremento frente al resto de provincias aragonesas, que han visto cómo el número de empresas de turismo activo se ha mantenido siempre por debajo de las 50 frente a las 253 que había en la provincia de Huesca en 2016.

## 5.2. LA DEMANDA DE TURISMO ACTIVO EN ARAGÓN

Para tener una visión más completa del turismo activo en Aragón, hay que hacer un análisis de la demanda, ya que es un aspecto fundamental para las empresas de turismo activo.

### 5.2.1. DEMANDA DE ACTIVIDADES

Sobre la demanda hay que destacar que, según los datos de la Asociación de Turismo Deportivo de Aragón en el año 2017, las actividades acuáticas son las más practicadas

en Aragón, superando a las terrestres. Este dato es relevante ya que, como hemos dicho en puntos anteriores, el turismo terrestre es el más ofertado y el más demandado a nivel estatal en el turismo activo. Los ríos como el Gállego, o los muchos barrancos del Pirineo oscense hacen que las actividades acuáticas supongan más de la mitad del negocio generado por este tipo de turismo.

ACUATICAS	53%
Rafting	24%
Barrancos	18%
Otras Acuáticas	11%
MONTAÑA, SENDERISMO, VIA, ...	24%
INVIERNO	1%
OTRAS TERRESTRES	19%

Tabla 4: Peso turístico de las actividades de T.A. en 2017. Fuente: Asociación de Turismo Deportivo de Aragón.

#### 5.2.2. PERFIL DEL TURISTA DEMANDANTE DE TURISMO ACTIVO EN ARAGÓN

El perfil del turista demandante de turismo activo es algo más segmentado que un turista normal, debido a las ya citadas condiciones mínimas necesarias para la realización del mismo.

Los datos, obtenidos gracias a la Asociación de Turismo Deportivo en Aragón nos dan una idea del tipo de turistas que realizan estas actividades.

##### A) EDAD

Según datos de la Asociación de Turismo Deportivo de Aragón, la demanda de turismo activo en Aragón se puede clasificar por rango de edades, pudiendo ver así la edad media de los turistas de esta tipología.

Años	7 y 18	18 y 25	25 y 35	35 y 50	mas 50
Porcentaje	19%	25%	27%	18%	11%

Tabla 5: Clasificación por edades de la demanda de T.A. en Aragón en 2017. Fuente: Asociación de Turismo Deportivo en Aragón. Elaboración propia.

Como se puede comprobar en la tabla, los turistas entre 25 y 35 años son los que practican en su mayoría este tipo de turismo, seguidos de los comprendidos entre 18 y 25 años. Esto encaja ya que este tipo de turismo requiere cierta especialización y conlleva cierto riesgo (Aspas, 2004), por lo que las personas más jóvenes reúnen unas mejores aptitudes para su desarrollo.

## B) PROCEDENCIA

Según un estudio realizado por la Asociación de Turismo Deportivo en Aragón en 2018, la procedencia de los turistas de Aragón en lo referido al turismo activo ha sufrido una evolución en los últimos años.

Procedencia (%)			
	Español	Europeo	Otros
2017	75,25	12,45	2,3
2016	77,93	20,32	1,75
2011	74	24	2
2010	76	23	1
2009	78	21	1
2008	79	20	1
2007	71	23	2

Tabla 6: Procedencia de los turistas de T.A. en Aragón en 2017. Fuente: Asociación de Turismo Deportivo en Aragón. Elaboración propia.

Como se puede comprobar, el turista nacional se ha ido aumentando con el paso de los años, siendo mayor ahora que en el 2007. Por su parte, el turista europeo ha ido disminuyendo, siendo en 2017 casi la mitad que en el 2007.

Se aprecia también como la procedencia de turistas que no sean españoles o europeos es escasa y apenas llega al 2,3% del total.

En definitiva, en Aragón el perfil medio del turista que viene a realizar actividades de turismo activo es una persona española, de entre 25 y 35 años, seguido muy de cerca por las personas españolas de entre 18 y 25 años.

### 5.3. ESTACIONALIDAD DE LA ACTIVIDAD

El turismo activo, como se ha comentado anteriormente, depende en gran medida de las capacidades y disponibilidad del medio para su realización, por lo que no se puede realizar de forma regular a lo largo de todo el año, sino que hay que adaptarse al mismo. Por ejemplo las actividades relacionadas con la nieve se realizaran mayoritariamente en invierno ya que en verano no podemos disponer del principal elemento para su realización como es la nieve. Lo mismo sucede para llevar a cabo otras actividades como rafting o barranquismo. Incluso hay actividades como las aéreas que requieren unas características tan específicas que no se puede saber si se podrá realizar hasta el mismo día de la actividad.

Reparto de la actividad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Octubre	Nov.	Dic.
Porcentaje 2017	1%	2%	4%	10%	10%	15%	21%	23%	8%	4%	0%	1%
Porcentaje 2011	1%	1%	3%	9%	10%	12%	21%	27%	7%	3%	2%	2%
Porcentaje 2010	4%	4%	6%	8%	9%	12%	19%	26%	7%	3%	0%	2%
Porcentaje 2009	3,00	3,24	4,88	7,48	10,99	11,86	20,70	26,63	9,88	2,17	1,29	0,86
Porcentaje 2008	3,34	3,47	6,65	7,05	10,22	12,07	18,44	25,75	8,62	2,50	0,79	1,28
Porcentaje 2007	1,42	1,58	4,28	9,14	8,09	13,51	18,77	22,23	6,30	1,68	0,50	0,44

Tabla 7: Reparto de la actividad por meses (2017). Fuente: Asociación de Turismo Deportivo de Aragón.

Como se puede comprobar en la tabla 7, los meses de verano son los que mayor actividad (turistas y desarrollo de actividades) concentran, siendo Julio y Agosto los meses punteros. Esta tendencia se ha mantenido durante todos los años estudiados. La primavera y el otoño son épocas del año en la que la actividad se ve reducida, pero en la cual las empresas siguen teniendo cierta cantidad de demanda. Por el contrario, los meses de invierno son los más críticos para las empresas, dado que su actividad apenas llega al 1%.



#### 5.4. DATOS SOBRE LOS TRABAJADORES DE LAS EMPRESAS

Es interesante analizar este aspecto ya que los trabajadores del turismo activo se ven fuertemente afectados por la estacionalidad y por la variación de la demanda para ser contratados.

La estacionalidad analizada en el punto 6.3 se verá reflejada en los trabajadores, ya que no será igual el número de trabajadores que tenga una empresa en verano que en invierno, debido principalmente al volumen de trabajo.

Total Trabajadores	Trabaja todo año	6 meses	3 meses	1 mes	1 día
1.002	297	145	160	174	226

Tabla 8: Distribución de los trabajadores según el tiempo de contratación en 2017.

Fuente: Asociación de Turismo Deportivo de Aragón. Elaboración propia.

El contrato de los trabajadores varía dependiendo del tiempo de contratación, existiendo trabajadores a tiempo completo y trabajadores temporales, los cuales se diferencian variando la extensión de su contrato.

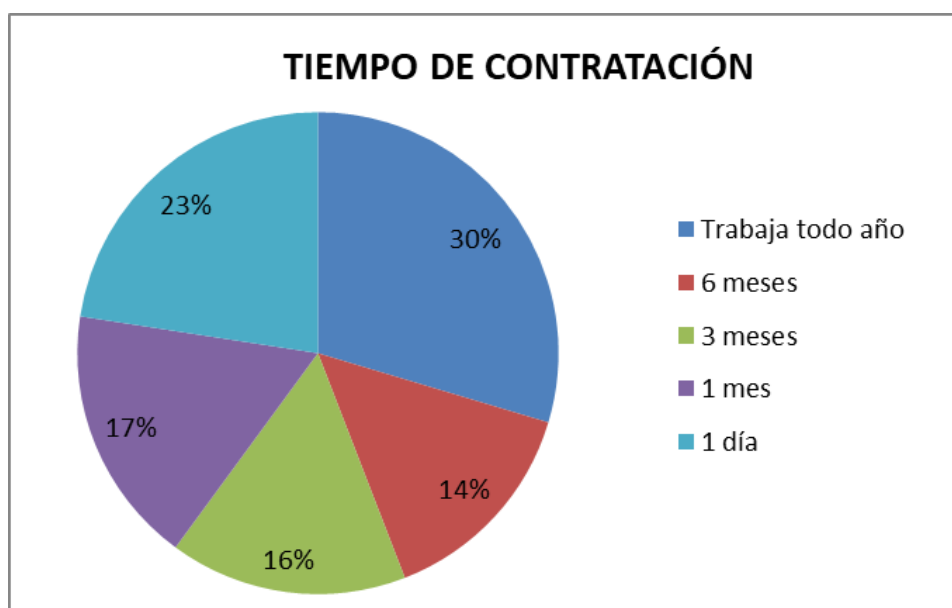


Figura 6: Porcentaje de empleos según tiempo de duración en 2017. Fuente: Asociación de Turismo Deportivo de Aragón. Elaboración propia.

Como se puede comprobar, de un cálculo medio de 1.002 trabajadores, tan solo 297 trabajan todo el año. Por el contrario, 226 trabajadores son contratados para solo un día. Este estudio demuestra que pese a ser una fuente de creación de empleo, el turismo activo tiene una gran estacionalidad que se ve reflejada en los trabajadores, siendo tan solo un 30% de trabajo fijo, por un 70% temporal, del cual el 23% es de tan solo un día y el 17% de tan solo un mes.

Lo ideal a la hora de llevar a cabo este análisis sería diferenciar por provincias, pero no disponemos de esa información. De hecho estos datos se han obtenido gracias al informe que realiza internamente la Asociación de Turismo Deportivo de Aragón y que nos han facilitado. En él, tan solo se recogen los datos a nivel de Aragón, sin diferenciar entre provincias o municipios.

## **5.5. EL TURISMO ACTIVO EN GALICIA Y SU COMPARACIÓN CON ARAGÓN**

Con el objetivo de darle una mayor amplitud al análisis del turismo activo en Aragón, se ha comparado con el turismo activo en Galicia. Gracias a este análisis se van a poder ver las diferencias existentes entre comunidades del mismo país, cada una con un grado de desarrollo en lo referido al turismo activo. Además, Galicia ha sido la CCAA elegida para su comparación con Aragón debido a la diferencia de su localización geográfica, existiendo en esta la presencia del mar en 3 de sus 4 provincias.

Una vez analizada la oferta y demanda de turismo activo en Aragón, es conveniente compararla brevemente con otra Comunidad Autónoma, con el objetivo de buscar similitudes y diferencias entre ambas comunidades, ya que, pese a ser el mismo tipo de turismo, las condiciones geográficas hacen que se enfoquen y se aborden de forma diferente (Fraiz, 2011).

Además, es interesante ver como el turismo activo en Galicia está evolucionando notablemente fruto de la alta implicación de la Xunta, que está haciendo todo lo que tiene en sus manos para potenciar esta modalidad turística.

En 2011, según Turgalicia, la página oficial de turismo de la Xunta de Galicia, existían un total de 132 empresas de turismo activo que ofrecían al menos una actividad, si bien es cierto que tan solo 25 ofrecían más de una actividad, lo que supone un 18,94% del

total. Este enorme contraste se debe, sobre todo, a la presencia en Galicia del mar, enclave ideal para la realización de actividades de turismo activo. Tanto es así, que de esas 132 empresas, 76 empresas (57,6%) tan solo ofrecían actividades náuticas como la navegación y el submarinismo.

Además, se ofrecen otras actividades como la equitación (9,1%); el senderismo (6,0%); y otras actividades como quads, montañismo o parapente.

En lo referido a su distribución geográfica (Figura 7) de las 132 empresas de turismo activo existentes en 2011, 58 se localizan en Pontevedra (un 43,94% del total); 50 de ellas (el 37,88%) se encuentran en A Coruña; 15 en Ourense (11,36%) y tan solo 9 en Lugo (6,82%) (Turgalicia, 2011) . Estos datos refuerzan una vez más la gran influencia del mar en el turismo activo gallego, ya que el 89% de las empresas de turismo activo se localizan en las provincias marítimas.

Para entrar más en detalle, de las 25 empresas citadas que ofrecen más de una actividad, 9 se encuentran en A Coruña, 8 en Pontevedra, 4 en Lugo y 4 en Ourense, es decir, 20 de las 25 empresas de turismo activo se encuentran en las tres provincias que tienen costa. Si bien es cierto, como se puede ver en el mapa, hay algunas empresas que, pese a estar en provincias costeras, se localizan en el interior de las mismas (Figura 7).

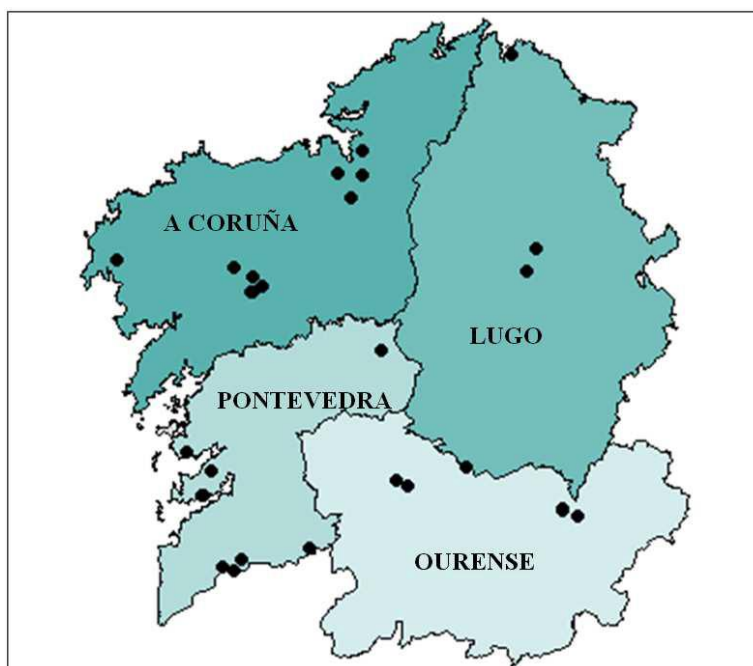


Figura 7: Distribución de las empresas de turismo activo en Galicia en 2011. Fuente: Turgalicia.

En los últimos años, Galicia se ha fijado como objetivo principal el potenciar la marca Galicia Turismo Activo (Asociación Gallega de Empresas de Turismo Activo y de Naturaleza). Para ello, es primordial su estructuración, profesionalización y el posicionamiento como marca tanto a nivel local como nacional. Su principal aliado, según el presidente de AGENTA es que los recursos se encuentran repartidos por todo el territorio.

Un ejemplo de que se está llevando a cabo esta potenciación del turismo activo es que Galicia ha recibido los premios FITUR 2018 en las categorías de mejor expositor y de mejor producto de turismo activo gracias a la propuesta de “Experiencias en los parques Naturales”, que incluyen diferentes actividades como rutas ornitológicas, ciclismo, senderismo, equitación, actividades náuticas, visitas a cuevas, etc. Lo verdaderamente importante de esta propuesta vencedora es que se ha llevado a cabo conjuntamente entre la Xunta de Galicia y el sector de turismo activo, lo que demuestra que la implicación de las administraciones públicas es un aspecto clave para el desarrollo del sector.

Otros ejemplos del esfuerzo que está haciendo la comunidad de Galicia para potenciar el turismo activo son la presencia del turismo activo gallego en la feria más importante del Sur de Alemania (Feria Frene); o la presentación llevada a cabo por la Xunta en el Instituto Cervantes de Tokio sobre Galicia como destino de surf y turismo activo.

## COMPARACIÓN CON ARAGÓN

Lo primero de todo es destacar la diferencia entre ambas Comunidades Autónomas, ya que el territorio, su relieve, su clima y la presencia de la costa son aspectos totalmente antagónicos entre una y otra.

La segunda gran diferencia es que Aragón es una de las potencias de turismo activo en España, mientras que Galicia ha tenido “abandonada” esta modalidad turística durante muchos años. No obstante este aspecto nos sirve para ver la gran implicación de Galicia en la actualidad por el fomento del turismo activo. Tanto es así que incluso Aragón sirve de ejemplo en Galicia, pues en las Jornadas Novo Turismo Activo en Galicia, celebrada en 2017, se presentó como ejemplo el proyecto Prepyr365, localizado en el Pirineo Aragonés y llevado a cabo por las administraciones públicas de las comarcas de las Cinco Villas, Hoya de Huesca y Somontano de Barbastro. Lo que se puso en valor de este proyecto es la excelente organización de un destino de turismo activo por parte

de diferentes administraciones con el fin de convertir el conjunto del territorio en un destino con mayor frecuencia de visitantes y turistas (Hosteltur, 2018).

Finalmente, y a modo de conclusión, un aspecto que, por desgracia, es común en las dos CCAA, es la dificultad en el acceso a la información de turismo activo, ya que no cuenta con un censo actual y actualizado de las empresas y con los datos económicos que genera esta modalidad turística cada vez más importante en nuestro país.

A su vez, se ha visto como CCAA tan diferentes pueden estar relacionadas y compartir aspectos y objetivos comunes en lo referido al turismo activo. Si bien es cierto que existen diferencias en la oferta de cada una de ellas, algo lógico ya que se adaptan a las condiciones de su territorio y a las características del mismo.

## **6- EL TURISMO ACTIVO EN LA PROVINCIA DE HUESCA**

Al igual que en España y que en Aragón, el turismo activo en la provincia de Huesca ha sufrido una evolución muy positiva en las últimas décadas, con una gran variación en el número de empresas, así como en la regulación y tecnificación de las actividades ofertadas. El asentamiento de esta tipología de turismo en nuestro país ha hecho que estos cambios sean posibles.

Además, el relieve de la provincia de Huesca, con los pirineos como principal estandarte, es un escenario ideal para el desarrollo del turismo activo en sus diferentes variantes (terrestre, acuática y aérea), así como en sus diferentes grados de dificultad y riesgo, existiendo por lo tanto oferta para todos los segmentos del mercado (Lacosta, 2002).

Para caracterizar el turismo activo en la provincia de Huesca se va a llevar a cabo un análisis de su distribución geográfica en el territorio y se van a buscar patrones comunes que compartan las empresas de turismo activo en dicho territorio.

Además, como se indicó en el apartado de metodología, se ha realizado y distribuido una encuesta entre los socios de la Asociación Deportiva de Turismo Activo de Aragón a las empresas de la provincia de Huesca con el objetivo de recabar datos relacionados con la actividad que realizan, los trabajadores o la estacionalidad, ya que sino los datos no aparecen en ninguna otra fuente ni privada ni de la Administración Regional.

### **6.1. DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO EN LA PROVINCIA DE HUESCA**

La distribución geográfica de dichas no es uniforme, sino que se distribuye de forma irregular por el territorio de la provincia de Huesca.

En el siguiente mapa podemos apreciar como algunos municipios, depende de su localización, tienen varias empresas instaladas mientras que otros no tienen ninguna pese a ser más grandes.

## LOCALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO EN LA PROVINCIA DE HUESCA

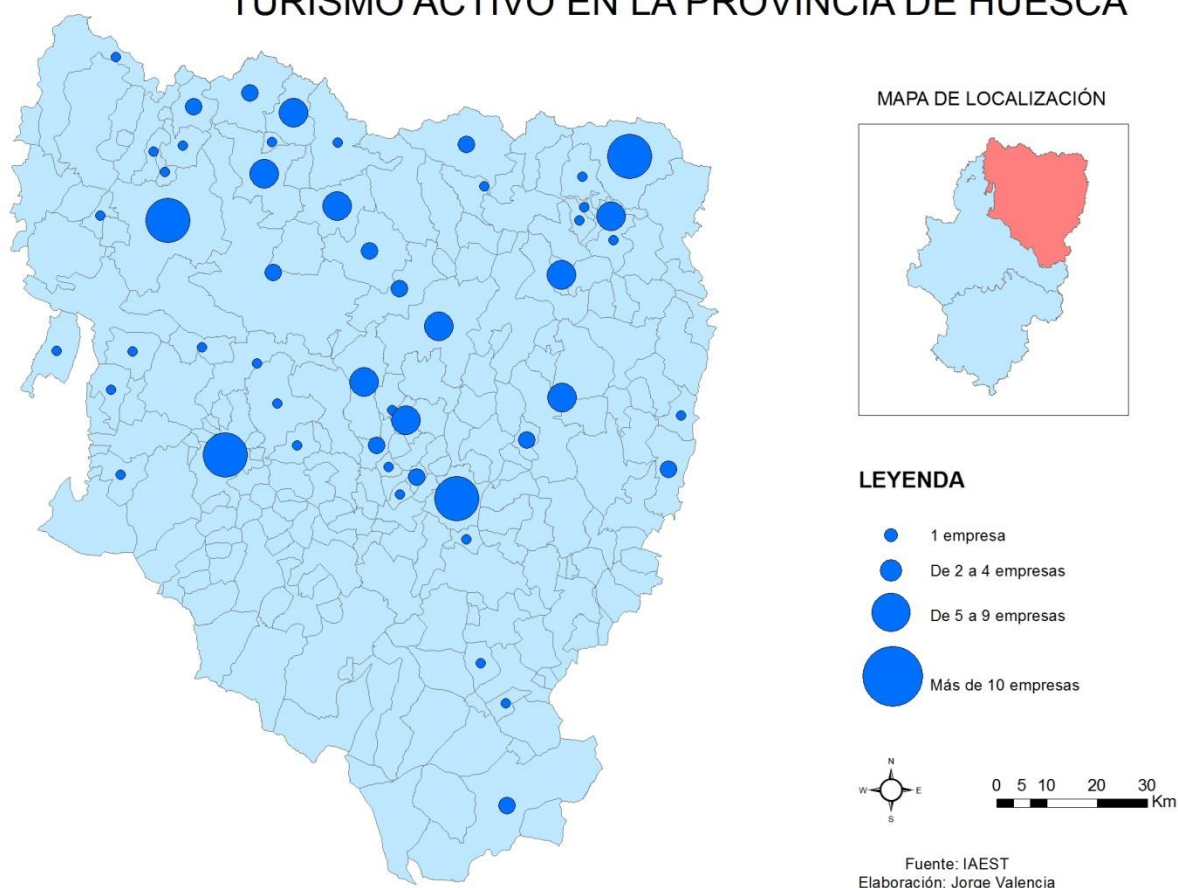


Figura 8: Mapa de distribución de las empresas de turismo activo en la Provincia de Huesca en 2018. Fuente: IAEST. Elaboración propia.

En cuanto a la distribución en la provincia de Huesca del domicilio fiscal de las empresas, se encuentran localizadas principalmente al Norte de la misma, cerca de los Pirineos, y donde el entorno ofrece unas grandes posibilidades para la práctica de estas actividades.

Como se puede observar en la figura 8, los grandes municipios como Benasque, Jaca, Barbastro o Huesca son los municipios con mayor número de empresas de turismo activo (47 del total de empresas).

La zona más al sur de la provincia está más vacía en lo que se refiere a empresas de turismo activo, debido principalmente a la cercanía con el valle del Ebro, cuyo relieve no es el idóneo para la realización del turismo activo.

MUNICIPIO	Nº DE EMPRESAS	MUNICIPIO	Nº DE EMPRESAS	MUNICIPIO	Nº DE EMPRESAS	MUNICIPIO	Nº DE EMPRESAS
Abiego	2	Campo	5	La Puebla de Castro	2	Rodellar	4
Adahuesca	1	Candanchú	2	Lago de Barasona	1	Sabiñanigo	4
Agüero	1	Canfranc	2	Lagarres	1	Sahun	1
Aínsa	6	Castejón de Sos	7	Las Almunias de Rodellar	2	Sallent de Gállego	3
Albalate de Cinca	1	Castejón del Puente	1	Loarre	1	Santa Cilia	1
Alcalá de Gurrea	1	Castiello de Jaca	1	Loporzano	1	Saravillo	1
Alquezar	8	Cerler	5	Montmesa	1	Sarvisé	2
Anciles	3	Chía	1	Morillo de Tou	1	Selgua	1
Ansó	1	Coscojuela de Sobrarbe	1	Nerín	1	Sieso de Huesca	1
Arguis	1	Costean	1	Nocito	3	Siétamo	1
Astún	1	El rún	1	Nueno	1	Sodeto	1
Ayerbe	1	Escalona	2	Osso de Cinca	1	Tella	1
Azlor	1	Fiscal	2	Panticosa	7	Tierrantona	3
Barbastro	11	Fraga	2	Perañilla	1	Torla	1
Benasque	14	Gavín	1	Piedrafita de Jaca	1	Tramacastilla de tena	1
Bielsa	2	Graus	5	Pozán de Vero	2	Viacamp	2
Birge	6	Guasa	1	Puente de Montañana	1	Villanova	1
Biescas	7	Guaso	2	Puente de Sabiñanigo	1	Villanovilla	3
Biasurri	1	Hecho	1	Quinzano	3	Villanúa	1
Boltaña	3	Hoz de Jaca	2	Radiquero	1	Vio	1
Borau	1	Huesca	10	Reperos	1		
Broto	5	Jaca	12	Riglos	2		

Tabla 9: Nº de empresas de T.A. por municipio en la Provincia de Huesca. Fuente: IAEST. Elaboración propia.

Como se puede comprobar tanto en el mapa como en la tabla anteriores, hay una gran cantidad de municipios que cuentan con empresas de turismo activo en su territorio, si bien es cierto que muchos de ellos con tan solo una, como pueden ser el Rún; Villanova, Bisaurri, etc.

También hay otros municipios que, pese a su pequeño tamaño, tienen dos empresas o más de turismo activo. Es el caso de Boltaña, Fiscal, Guaso, Riglos o Tierrantona entre otros.

Por el contrario, podemos encontrar una serie de municipios situados a la cabeza en lo que se refiere a número de empresas de turismo activo, entre los que destacan los más grandes de la provincia (ver tabla 10).



MUNICIPIOS CON MAYOR NÚMERO DE EMPRESAS DE T.A.	
MUNICIPIO	Nº DE EMPRESAS
Benasque	14
Jaca	12
Barbastro	11
Huesca	10
Alquézar	8
Panticosa	7
Castejón de Sos	7
Biescas	7
Aínsa	6

Tabla 10: Municipios con mayor número de empresas de turismo activo en la provincia de Huesca. Fuente: IAEST. Elaboración propia.

Se puede comprobar como los cuatro primeros municipios albergan a los grandes núcleos de población demográficamente hablando. No obstante es cierto que Huesca, la capital y la ciudad con mayor población con diferencia, no es el municipio en el que se localiza un mayor número de empresas debido principalmente a las escasas posibilidades que ofrece su entorno para la realización de actividades de turismo activo. Por el contrario, municipios más pequeños como Alquézar tienen casi las mismas empresas de turismo activo debido a las amplias posibilidades que ofrece su entorno.

Por tanto, una vez vista la distribución de las empresas en el territorio, podemos comprobar como las empresas se instalan en el territorio teniendo en cuenta el medio y no el tamaño del municipio, ya que, en esta modalidad turística es el cliente el que se tiene que acercar a la empresa y no al revés.

## 6.2. RELACIÓN ENTRE EL NÚMERO DE EMPRESAS POR MUNICIPIO Y LA POBLACIÓN

En un principio, se puede pensar que, siguiendo la lógica, el mayor número de empresas de turismo activo se encontrará en las zonas rurales, debido a las condiciones óptimas del entorno para la práctica de dichas actividades.

Si analizamos esta correlación entre la población de los municipios que poseen empresas de turismo activo y el número de empresas, podemos ver como esta teoría a priori lógica es correcta (ver tabla 11).

POBLACIÓN	NÚMERO DE EMPRESAS
0-499	111
500-999	28
1000-1999	12
2000-4999	25
5000-9999	4
10000	35
TOTAL	215

Tabla 11: Número de empresas de T.A en la provincia de Huesca según rango de población. Fuente: Padrón de habitantes. Elaboración propia.

Para hacer este análisis más visual, la figura 9 da una visión más gráfica de los datos de la tabla 11.

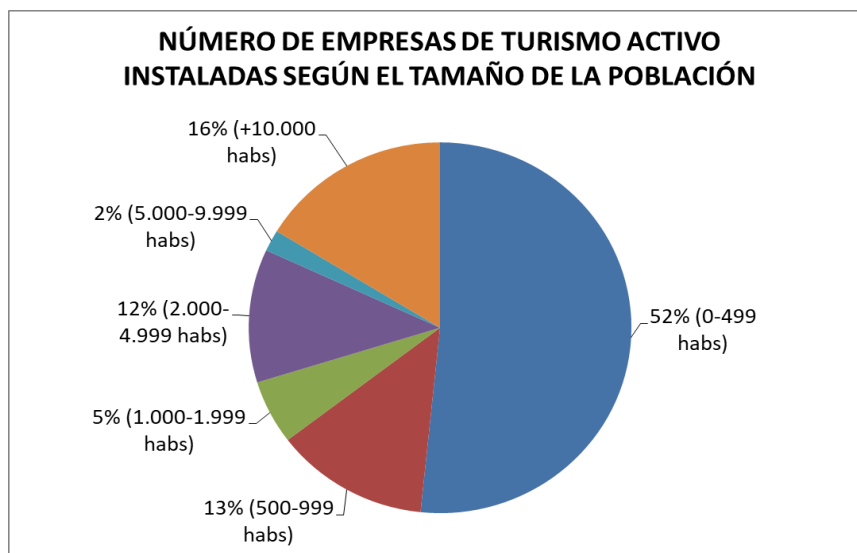


Figura 9: Distribución de empresas de T.A. en la provincia de Huesca según rango de población. Fuente: Padrón de habitantes. Elaboración propia.

Como se puede apreciar tanto en la figura 9 como en la tabla 11, el 52% de las empresas de turismo activo localizadas en la provincia de Huesca (111 de un total de 215), a fecha 06-03-2018, se encuentran en municipios con menos de 500 habitantes. La cercanía a la naturaleza, escenario del turismo activo, es clave para la instalación de las empresas en este territorio. Se dan casos como Torla, una pequeña localidad de 299 habitantes, que cuenta con 3 empresas de turismo activo debido a su cercanía con el Parque Nacional de Ordesa y Monte Perdido (es la localidad más cercana al parque) que le permite llevar a cabo una gran variedad de actividades.

Por el contrario, tan solo el 16% de las empresas (35 del total de 215) se encuentran en localidades con una población mayor de 10.000 habitantes. Pese a ser mayores en cuanto a población, estas localidades cuentan con el gran hándicap de estar un poco alejadas de la propia naturaleza, ya que debido precisamente a su tamaño necesitan de grandes espacios e infraestructuras a su alrededor.

### **6.3. CARACTERIZACIÓN DEMOGRÁFICA DE LOS MUNICIPIOS CON EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO**

Es necesario llevar a cabo este análisis de la población en los diferentes municipios en los que se han instalado empresas de turismo activo a lo largo de los últimos años.

Para ello, se ha analizado en todos y cada uno de los municipios de la provincia de Huesca que albergan una o más empresas de turismo activo la población que tenían en 2003, 2010 y 2017. Posteriormente, se han realizado diferentes análisis con el objetivo de buscar patrones comunes en el comportamiento de la población de estos municipios.

A su vez, y para tenerlo como referencia, se ha elaborado un gráfico (figura 10) con el número de empresas de turismo activo en la Provincia de Huesca desde el año 2000 hasta el año 2016, y ver así su posible relación con la población.



Figura 10: Evolución del número de empresas de T.A. en la provincia de Huesca.

Fuente: Padrón municipal de habitantes. IAEST. Elaboración propia.

Haciendo un análisis de la población total de estos municipios, podemos comprobar cómo la población aumenta del 2003 al 2010 en más de 100.000 habitantes, aunque en el siguiente periodo de tiempo pierde población, siendo en 2017 unos 20.000 habitantes menos (ver tabla 12).

No obstante, hay que destacar que la población ha aumentado desde 2003 al 2017, lo cual es un gran logro teniendo en cuenta la creciente despoblación del mundo rural que se da a nivel estatal, y todo ello sumado a la gran crisis económica que sacudió nuestro país.

TOTAL DE POBLACIÓN			
AÑO	2003	2010	2017
TOTAL DE POBLACIÓN	957.748,00	1.066.177,00	1.046.286,00

Tabla 12: Total de población de los municipios que albergan empresas de T.A. en la provincia de Huesca. Fuente: Padrón municipal de habitantes. INE. Elaboración propia.

Para ver si este análisis se podía extrapolar a todo el conjunto de municipios, se han hecho otros análisis con el objetivo de llevar a cabo esta caracterización demográfica.

<b>POBLACIÓN SIN CONTAR LOS MUNICIPIOS DE +10.000 HABITANTES</b>			
<b>AÑO</b>	<b>2003</b>	<b>2010</b>	<b>2017</b>
<b>TOTAL DE POBLACIÓN</b>	140.776,00	165.261,00	153.363,00

Tabla 13: Total de población de los municipios que albergan empresas de T.A. en la provincia de Huesca sin contabilizar las localidades de más de 10.000 habitantes. Fuente: INE. Elaboración propia.

Al igual que en el caso visto anteriormente, la población (sin contar las localidades de +10.000 habitantes) aumenta entre 2003 y 2010, si bien es cierto que se ve reducida en 2017. Pese a todo, el saldo es positivo si analizamos el año de partida y el año final de nuestro análisis (ver tabla 13). Podemos ver como la instalación de las empresas de turismo activo ha coincidido con el aumento de población de los núcleos de menor tamaño de la provincia de Huesca.

Por último, se ha realizado el mismo análisis pero con los municipios de menor tamaño demográfico, concretamente con los de menos de 500 habitantes que, recordemos, concentran más del 50% de las empresas de turismo activo en la provincia de Huesca.

<b>POBLACIÓN DE LOS MUNICIPIOS DE MENOS DE 500 HABITANTES</b>			
<b>AÑO</b>	<b>2003</b>	<b>2010</b>	<b>2017</b>
<b>TOTAL DE POBLACIÓN</b>	20.381,00	22.422,00	21.103,00

Tabla 14: Total de población de los municipios de menos de 500 habitantes que albergan empresas de T.A. en la provincia de Huesca. Fuente: INE. Elaboración propia.

Podemos observar cómo la tendencia se mantiene igual, aumentando la población del 2003 al 2010 y sufriendo un pequeño descenso del 2010 al 2017, pero siempre aumentando si tomamos como referencia el año de inicio y el final (Tabla 14).

Una vez analizados estos tres escenarios, podemos afirmar que en los municipios en los que se han instalado empresas de turismo activo, se ha visto reflejado un aumento de la población del 2017 respecto a la del 2003, si bien es cierto que el punto más alto de población se ha dado en los años intermedios. Este es un hecho notable ya que el mundo rural se ve constantemente inmerso en el debate de la despoblación y la huida de su población a la ciudad, y, en el caso de los municipios donde se han instalado empresas de turismo activo vemos como no es así.

#### 6.4. CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO EN LA PROVINCIA DE HUESCA Y SU IMPACTO EN EL TERRITORIO

Una vez analizada la distribución geográfica de las empresas de turismo activo de la provincia de Huesca, se va a realizar un análisis de dichas empresas, viendo el posible impacto de las mismas sobre el municipio donde se encuentran.

Para dicho estudio, se ha analizado una muestra de 25 empresas que operan en la provincia de Huesca, y se les ha realizado un cuestionario de elaboración propia gracias al cual se han obtenido diversos datos que a continuación se mostrarán. El cuestionario integro se puede consultar en los anexos.

NOMBRE DE LA EMPRESA
Guara Canyon
DANICA GUIAS DE PESCA
Método Alpino
Locura de Vida
Casteret
Aguas Blancas
LAS CUADRAS DEL TÍO TOM S.L.
Inizia Turismo
Hike Pyrenees
Fundación Handix
Val d'Echo Activa SL
Trekking Mule
ESQUIRUELO GUÍAS DE MONTAÑA Y BARRANCOS
Guías Boira
Descubre Montañas
CERLER CASTANESA 2380 S.L.
Planeta40
AGUALATE
SERVICIOS TURISTICOS RODELLAR S.L.
caballos sarise s.l.u
Nacho Garrido-lestache
ARAGON AVENTURA / AA TREKKINGS Y EXPEDICIONES
Káralom Actividades de Ocio y Turismo
Eric CORNO
Caballos El Pesebre

Tabla 15: Empresas encuestadas.

#### A) Año de instalación de las empresas:

Como se puede comprobar en el gráfico (figura 11) las empresas encuestadas se han instalado de forma regular con el paso de los años. 3 de ellas ya estaban operativas en 1990, si bien es cierto que desde el año 2007 se ha producido un mayor número de instalaciones.

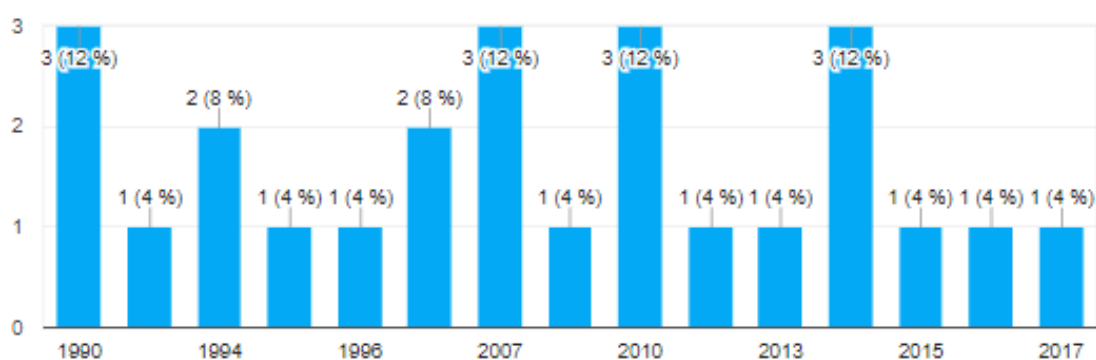


Figura 11: Año de instalación de las empresas de T.A. en la provincia de Huesca.

Fuente: Encuesta del autor a empresarios.

Por el contrario nos encontramos empresas creadas muy recientemente, de hecho son tres las instaladas en 2015, 2016 y 2017.

#### B) Evolución del número de trabajadores

A nivel general, podemos comprobar que la mayoría de las empresas encuestadas (58,3%) comenzaron su actividad con dos o menos trabajadores, el 25% comenzaron con 3-5 trabajadores, el 12,5% con 6-9 trabajadores y tan solo 1 de ellas con más de 9 trabajadores. Esto demuestra el escaso tamaño de las mismas en cuanto a número de trabajadores, lo cual está en línea con el carácter familiar y reducido de las empresas en el sector turístico en España.

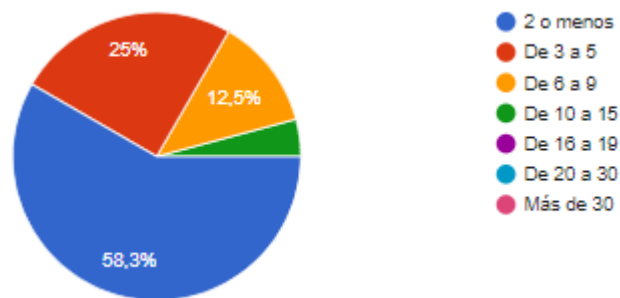


Figura 12: Número inicial de trabajadores en las empresas de turismo activo. Fuente: Encuestas del autor a empresarios.

En la actualidad (2018), ha aumentado el número de empresas que se encuentran en el rango de 3 a 5 trabajadores, e incluso alguna supera los 30 como se ha comentado anteriormente (ver figura 13).

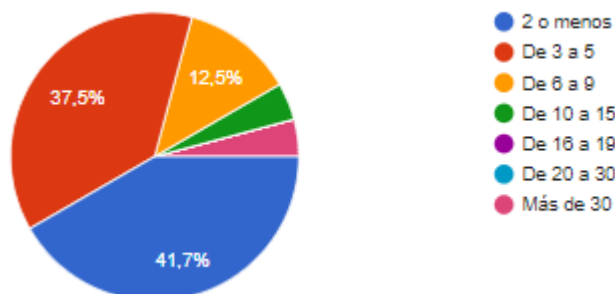


Figura 13: Número actual de trabajadores. Fuente: encuestas del autor a empresarios.

#### C) Número de trabajadores máximo en época alta

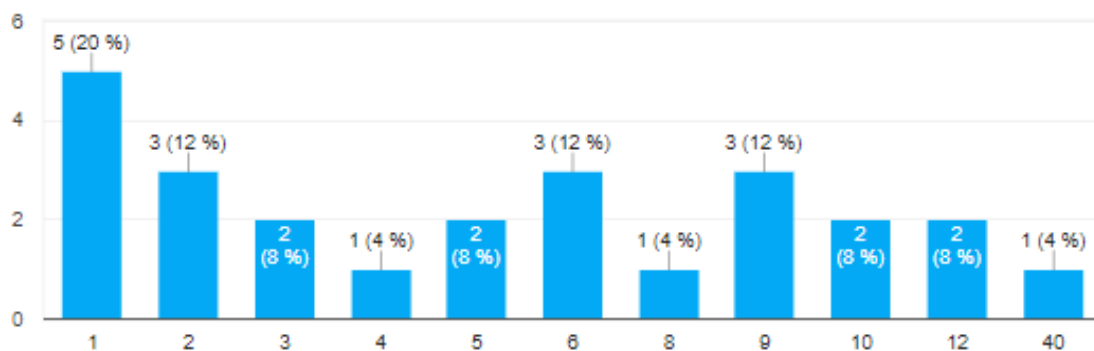


Figura 14: Número de trabajadores máximo en época alta. Fuente: encuestas del autor a empresarios.



Se aprecia que 5 empresas tan solo tienen un trabajador contratado en la época alta, lo cual es algo llamativo, ya que no genera apenas puestos de trabajo. Por el contrario, hay una empresa que en época alta emplea a 40 trabajadores, Servicios Turísticos Rodellar. Esto supone un gran impacto sobre el empleo del municipio donde se localiza la misma, en este caso en Rodellar, un municipio de 53 habitantes. Por tanto podemos afirmar que el turismo activo no es una fuente de empleo mayoritaria en los municipios donde se localiza, salvo excepciones.

En una situación intermedia, otras empresas crean 6 o 9 puestos de trabajo en época alta, lo cual para una empresa de turismo activo es un número relativamente bueno que, dependiendo de la localidad donde esté esa empresa aún tiene más mérito.

Este dato demuestra cómo la época alta supone un aumento muy significativo en el número de trabajadores respecto a la época baja.

#### D) Número de trabajadores máximo en época baja

Llama la atención el descenso en el número de trabajadores respecto a la época alta, pero se entiende dada la gran dependencia de las condiciones favorables para la realización del turismo activo.

El caso más llamativo es el anteriormente citado de la empresa Servicios Turísticos Rodellar S.L. que ve cómo su plantilla aumenta en 25 trabajadores dependiendo la época del año, pasando de 15 a 40, es decir, casi la triplica dependiendo de la demanda.

También hay que destacar como el 40% de las empresas encuestadas tan solo tienen un trabajador en época baja, lógico debido a que apenas realizaran actividades en ese periodo de tiempo.

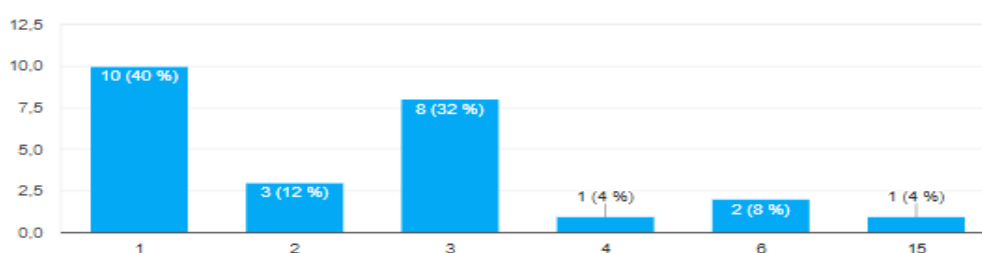


Figura 15: Número de trabajadores máximo en época baja. Fuente: encuestas del autor a empresarios.

### E) Actividades ofertadas

Es un aspecto clave para conocer la oferta de actividades que tienen estas empresas. Para formularles esta pregunta, se dieron como opciones todas y cada una de las actividades según la clasificación estipulada por el Gobierno de Aragón.

Los resultados obtenidos se pueden ver en tabla 16:

ACTIVIDADES OFERTADAS
Actividades de montaña y escalada
Otras actividades
Actividades de montaña y escalada, Actividades de orientación, Actividades de nieve, Otras actividades
Actividades de montaña y escalada, Actividades de orientación, Espeleología, Otras actividades
Actividades de montaña y escalada, Actividades de orientación, Espeleología, Tiro con arco, Actividades de nieve, Paintball y similares, Otras actividades
Actividades náuticas, Turismo ecuestre y similares, Ciclismo, Actividades aéreas, Actividades de montaña y escalada, Espeleología, Actividades de nieve, Actividades con vehículos de motor, Paintball y similares, Otras actividades
Turismo ecuestre y similares, Actividades de orientación
Ciclismo
Ciclismo, Actividades de montaña y escalada
Actividades de montaña y escalada, Actividades de nieve, Otras actividades
Actividades subacuáticas, Actividades de montaña y escalada, Actividades de orientación, Actividades de nieve, Otras actividades
Actividades de montaña y escalada
Actividades subacuáticas, Actividades de montaña y escalada, Actividades de nieve
Actividades subacuáticas, Actividades aéreas, Actividades de montaña y escalada, Actividades de nieve, Otras actividades
Actividades de montaña y escalada, Actividades de nieve, Otras actividades
Actividades de nieve
Actividades de montaña y escalada, Actividades de orientación, Espeleología, Actividades de nieve, Otras actividades
Actividades náuticas, Ciclismo, Actividades de montaña y escalada, Actividades de orientación, Tiro con arco, Actividades de nieve, Otras actividades
Actividades de montaña y escalada, Otras actividades
Turismo ecuestre y similares
Actividades de montaña y escalada, Actividades de nieve, Otras actividades
Actividades de montaña y escalada, Actividades de orientación, Espeleología, Actividades de nieve, Otras actividades
Actividades náuticas, Otras actividades
Actividades náuticas, Actividades de montaña y escalada, Actividades de nieve
Turismo ecuestre y similares

Tabla 16: Actividades ofertadas en cada empresa de turismo activo de la provincia de Huesca. Fuente: Encuestas del autor a los empresarios.

Como se puede comprobar, la mayoría ofrecen más de una actividad. 18 de ellas (un 72%) ofrecen actividades de montaña y escalada; 14 ofrecen actividades de nieve y 8 ofrecen actividades de orientación.

Algunas actividades como la nieve, ofrecida por el 56% de las empresas, solo se puede ofrecer en invierno que es cuando hay nieve, por lo que esas empresas en verano verán su trabajo ligado a la oferta de otras actividades totalmente diferentes.

#### F) Dedicación exclusiva al turismo activo

Es una pregunta que da una idea de la estacionalidad del turismo activo, ya que de las 25 empresas que han sido encuestadas, los trabajadores del 52% de ellas compatibilizan la empresa de turismo activo con otros trabajos, mientras que tan solo el 48% se dedica exclusivamente al turismo activo. Esto es debido a la necesidad en época baja de conseguir otros ingresos extra con los que poder vivir.



Figura 16: Compatibilización del T.A. con otra actividad. Fuente: encuestas del autor a empresarios.

Respecto a las actividades sobre las que se compatibiliza el turismo activo, destaca el comercio y la hostelería (42,9%). Ambas actividades, turismo y hostelería, son del sector servicios, por lo que existe cierta especialización de estos trabajadores en el sector terciario.

#### G) Estacionalidad del turismo activo

Para ello se van a estudiar tres variables gracias a las cuales se podrá ver si el turismo activo sufre de una gran estacionalidad o de si, por el contrario, las empresas ofrecen actividades durante todo el año.

Las variables por las que se ha preguntado han sido si varía el número de trabajadores a lo largo del año; los meses de mayor concentración de trabajadores y por último el mes del año con mayor actividad en cada empresa. En principio deberían coincidir las respuestas para poder así sacar una opinión clara.

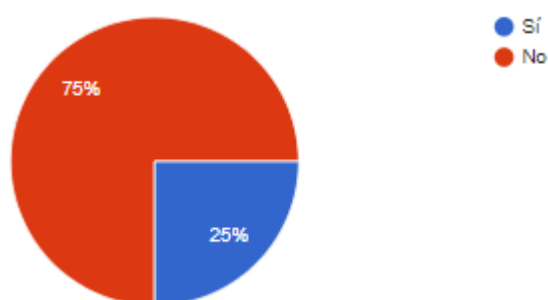


Figura 17: Variación del número de trabajadores a lo largo del año. Fuente: encuestas del autor a empresarios.

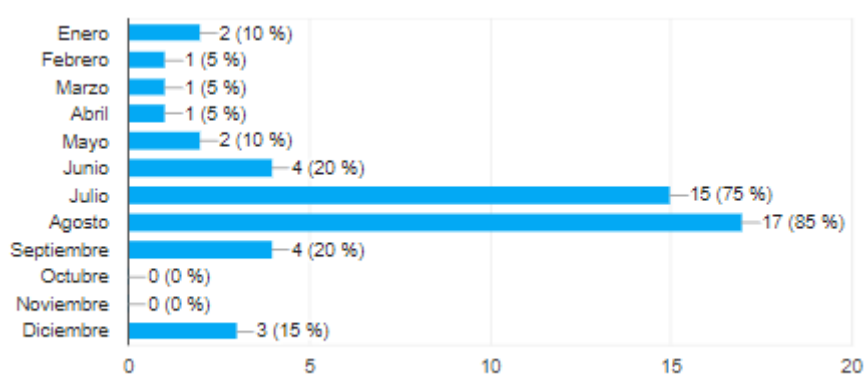


Figura 18: Mes del año con más trabajadores. Fuente: encuestas del autor a empresarios.

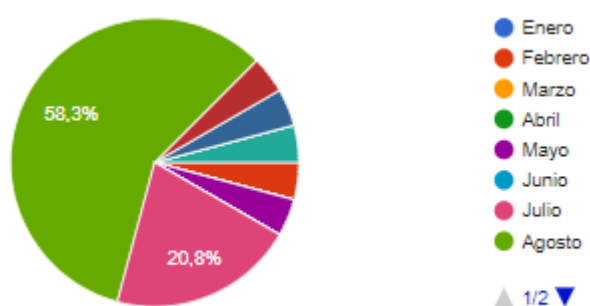


Figura 19: Mes del año con mayor actividad en la empresa. Fuente: encuestas del autor a empresarios.

Algo característico que hay que comentar es que el 75% de las empresas varían el número de trabajadores a lo largo del año, y tan solo el 25% lo mantienen fijo durante todo el año.

En las dos figuras siguientes (figuras 18 y 19) podemos comprobar que Julio y Agosto son los meses en los que se concentran el mayor número de trabajadores, y a la vez, también son los meses en los que se concentra la mayor actividad, que es en Agosto, para el 58,3% de las empresas de turismo activo encuestadas.

Por el contrario, podemos ver como en Octubre y Noviembre, así como en Marzo y Abril son los años que menos actividad concentran y que por tanto menos trabajadores tienen estas empresas.

Es por eso que podemos afirmar que el turismo activo sufre una gran estacionalidad, que afecta tanto a los trabajadores como a la oferta y la demanda.

#### H) Procedencia de los turistas

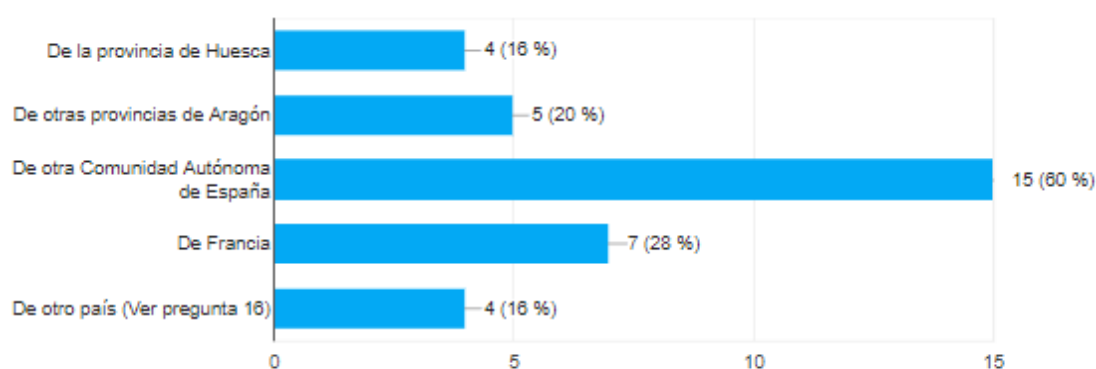


Figura 20: Procedencia de los clientes de T.A. de la provincia de Huesca. Fuente: encuestas del autor a empresarios.

El responsable de cada empresa, al responder a la pregunta sobre la procedencia de los clientes, podía elegir varias opciones, y por eso hay mayor número de respuestas (35) que empresas encuestadas (25).

La respuesta obtenida de esta pregunta vale la pena analizarla con detenimiento, ya que la mayoría de los turistas que realizan turismo activo en la provincia de Huesca provienen de otras Comunidades Autónomas (60%) seguidos de los turistas franceses

(28%). Los turistas Aragoneses y los de la propia provincia de Huesca son menos numerosos.

Además, para completar la información se preguntó por el origen de los visitantes de otros países, siendo los resultados diferentes países como Bélgica, Israel, EEUU, Inglaterra, Holanda, Suecia, Alemania o Japón.

#### I) Demanda

Finalmente, el análisis de la demanda se ha realizado con el número de turistas que pueden llegar a una empresa en un día de máxima actividad.

Esta variable variará según las actividades ofertadas, ya que una empresa con gran diversificación tendrá mayor clientela que una con tan solo una o dos actividades.

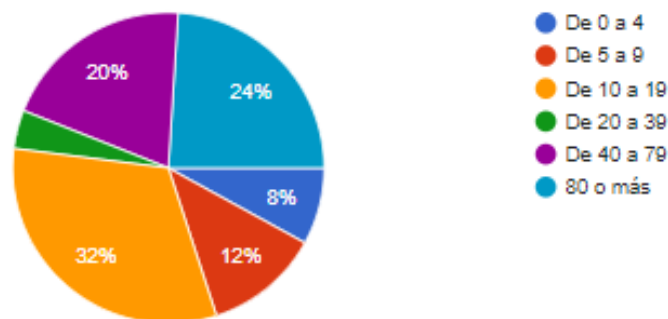


Figura 21: Número de turistas de turismo activo en un día de máxima actividad. Fuente: encuestas del autor a empresarios.

En un día de máxima actividad, 6 empresas de las 25 encuestadas (24%) afirman tener más de 80 clientes diarios, lo cual es un número significativamente elevado, pues esos 80 turistas además de realizar la actividad, completarán el día por la zona en la que está situada dicha empresa, gastando cierto dinero en tiendas, restaurantes, comercios locales y sobre todo, conociendo la zona.

Finalmente, destacar que el turismo activo está en crecimiento, siguiendo una evolución ascendente en el número de trabajadores y de actividades ofertadas, lo cual supone un impulso para las zonas rurales en las que se encuentran, que ven en esta modalidad turística una fuente de ingresos directa e indirecta a través del conocimiento de los turistas de la zona donde están localizadas.

En lo referido el balance final de la instalación de las empresas en el territorio obtenido tras la realización de la encuesta o formulario, es que si analizamos en conjunto las respuestas obtenidas de la encuesta realizada a las empresas de turismo activo de la zona, podemos llegar a la conclusión de que el turismo activo sufre una gran estacionalidad, si bien es cierto que cada vez con mayor frecuencia las empresas están haciendo un esfuerzo para reducir esta estacionalidad al máximo mediante la diversificación de la oferta.

Además, los impactos que pueden provocar en la zona serán igualmente desiguales a lo largo del año, ya que en épocas altas se crean numerosos puestos de trabajo, y se atrae a una gran cuantía de turistas que además de realizar la actividad de turismo activo generarán un impacto económico en el municipio donde se instala la misma, así como en la zona de alrededor.

## 7- CONCLUSIONES

Una vez llevado a cabo todo el análisis sobre el turismo activo en España, Aragón y más en concreto en la provincia de Huesca, podemos extraer diferentes conclusiones que vienen a dar respuesta a los objetivos planteados al comienzo del documento.

El **turismo activo en España** es una modalidad turística que en los últimos años sigue creciendo y consolidándose como un pilar básico en el turismo de naturaleza alejado del típico modelo de sol y playa. El número creciente de empresas de turismo activo así lo demuestra, añadido a la cada vez mayor regulación del mismo por parte de las entidades públicas que, a su vez, cada vez se implican más para potenciarlo.

Al igual que en España, en Aragón cada vez es **mayor la importancia del turismo activo**, si bien es cierto que se encuentra desigualmente repartido entre las tres provincias de la Comunidad Autónoma, siendo la provincia de Huesca la que mayor presencia de turismo activo tiene, principalmente por las condiciones óptimas de su territorio para la realización del mismo con enclaves como los Pirineos, la multitud de barrancos o los ríos idóneos para la realización de rafting. El hecho de que la mayor parte de la nieve que cae en Aragón sea en Huesca también es un elemento diferenciador a la hora de evaluar la presencia de estas empresas en una provincia u otra.

Otras Comunidades Autónomas, y un ejemplo es Galicia, también se han subido recientemente al “carro” del turismo activo, desarrollando un retraso tanto en el número de empresas, como en la calidad y la reglamentación. Pero es tal la reciente importancia de esta modalidad, que los gobiernos, como la Xunta, están involucrándose de lleno con el objetivo de recortar la distancia con comunidades como Aragón.

Analizando **la oferta y la demanda del turismo activo** en la provincia de Huesca, se aprecia la gran distribución geográfica de las empresas en el territorio provincial, si bien es cierto que existen varios municipios con una concentración mayor de empresas como son Benasque, Jaca, Barbastro o Huesca. Todos esos municipios los grandes núcleos de población de la provincia de Huesca, aunque otros municipios de menor tamaño demográfico como Alquézar, Panticosa, Castejón de Sos o Biescas les siguen muy de cerca, debido principalmente a las grandes posibilidades que ofrece el medio en el que se encuentran.



A nivel más general, hemos podido comprobar que el 52% de las **empresas de turismo activo localizadas en la provincia de Huesca** se encuentran en municipios con menos de 500 habitantes, otorgándoles visibilidad y permitiendo que los turistas conozcan tanto el propio municipio como sus alrededores. Además, tan solo el 16% de las empresas se encuentran en municipios con más de 10.000 habitantes, quedando patente que el tamaño del núcleo de población no tiene por qué estar relacionado con el número de empresas de turismo activo instaladas, sino que el terreno y la proximidad a los escenarios de las actividades es el elemento clave a la hora de la instalación de las empresas de turismo activo.

En cuanto a los impactos producidos por la instalación de las empresas de turismo activo en los diferentes municipios, se ha podido comprobar que demográficamente han producido un aumento de la población, eso sí, con un repunte máximo en años anteriores al actual y que, posiblemente, será fruto de más factores relacionados con otras actividades económicas además de la instalación de dichas empresas. La instalación de estas empresas también ha generado un **impacto importante sobre el empleo**, ya que todas ellas han visto aumentado el número de trabajadores desde que se instalaron hasta la actualidad, llegando incluso algunas de ellas a emplear a más de 40 personas en época alta.

La **estacionalidad** es un factor clave y determinante en el impacto del turismo activo en el territorio, ya que la diferencia tanto de trabajadores como de negocio en épocas altas es elevada respecto a épocas bajas. No obstante, las empresas están diversificando su oferta con el objetivo de luchar contra dicha estacionalidad, pero hasta que lo consigan, más de la mitad de los trabajadores de empresas estudiadas tienen que compatibilizar el turismo activo con otros empleos.

En lo referido a los flujos de personas tanto de España como del extranjero, el turismo activo mueve turistas procedentes principalmente de otras Comunidades Autónomas españolas, seguido del turismo interno en la propia comunidad de Aragón. El turismo francés es un nicho de mercado muy importante para el turismo activo de la provincia de Huesca, debido principalmente a su cercanía con el país galo. También hay que destacar que llegan turistas de todas las partes del mundo para realizar esta modalidad turística en nuestro territorio.

Finalmente, afirmar que el turismo activo es una modalidad turística cada vez más presente en nuestro país y en el extranjero, que supone un **gran aporte económico** y un incremento del turismo para los pequeños municipios en los que se encuentra, que deben hacer todo lo posible porque esta tendencia siga aumentando mediante un control y una reglamentación más exhaustiva del mismo y sobre todo, común para todas las Comunidades Autónomas.

## 8- BIBLIOGRAFÍA

- Araújo Vila, N., Fraiz Brea, J.A, y Paül Carril, V. “El turismo activo como modalidad turística en expansión. Análisis de la oferta de turismo activo en España”. *Contabilidad y negocios*, 13, pp. 59-70. Disponible en: <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadynegocios>.
- Araújo Vila, N., Paül Carril, V., y Fraiz Brea, J.A. (2011). “El turismo activo o de aventura como componente destacado del turismo de naturaleza. Análisis de la oferta en Galicia.” *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 4, pp. 8-31. Disponible en: <https://www.eutm.es/journal/index.php/gt/article/view/34>.
- Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo (2014). “Informe sobre el Turismo Activo en España”. Granada. Disponible en: <http://www.aneta.es/informe-turismo-activo-2014/>
- Aspas Aspas, J. M. (2004). “Los deportes de aventura, ¿deporte o turismo?”. *Jornadas Nacionales de Derecho Deportivo*. A Coruña, 2000. Universidad de Coruña: pp. 77-98.
- DPZ. (2017). “Una guía de turismo activo para disfrutar de la provincia de Zaragoza”. *Heraldo de Aragón*, 30 de Junio. Disponible en: <https://www.heraldo.es/noticias/bc/2017/06/30/una-guia-perfecta-para-disfrutar-zaragoza-1184088-2091041.html>
- García Saura, P.J. (2002). “Necesidad de regular el ejercicio y actuación de las empresas dedicadas a la prestación de servicios de turismo activo en el medio natural”. *Cuadernos de turismo*, 9, pp. 45-52. Disponible en: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/21971>
- García Saura, P.J. (2010). “Turismo activo y medio ambiente: una implicación necesaria. Aspectos jurídicos”. *Cuadernos de turismo*, 26, pp. 153-176. Disponible en: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/116321>

- Lacosta Aragües, A. “Los deportes de aventura y su incidencia en el desarrollo turístico de un espacio protegido: el Parque Natural de los Cañones y la Sierra de Guara (Huesca)”. *Turismo y transformaciones urbanas en el Siglo XXI*. Almería, 2002. Universidad de Almería: Servicio de publicaciones, pp. 235-247.
  
- López Pastor, A.T. (2013). “Apuesta institucional por el posicionamiento Europeo de España como destino de naturaleza”. Disponible en: <https://www.fes-sociologia.com>
  
- Luque Gil, A.M. (2003). “La evaluación del medio para la práctica de actividades turístico-deportivas en la naturaleza”. *Cuadernos de turismo*, 12, pp. 131-149. Disponible en: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/19111>
  
- Maluenda, A. (2018). “El turismo deportivo, en plena forma: recupera las cifras previas a la crisis y factura 130 millones al año”. *Heraldo de Aragón*, 4 de Mayo. Disponible en: <https://www.heraldo.es/noticias/aragon/2018/05/04/el-turismo-deportivo-esta-plena-forma-vuelve-valores-previos-crisis-factura-130-millones-ano-1241885-300.html>
  
- Mediavilla Saldaña, L. (2010). “*Estudio de la calidad del servicio del turismo activo en España (Huesca-Lérida), Italia (Trentino-Alto Adige) y Costa Rica (Alajuela-Cartago): diseño de un método para la valoración de la calidad emitida*”. Tesis doctoral europea. Universidad Politécnica de Madrid.
  
- Mediavilla Saldaña, L. (2014). “La calidad técnica en el turismo de aventura”. *Apunts*, 116, pp. 80-86. DOI: [http://dx.doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.\(2014/2\).116.08](http://dx.doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2014/2).116.08).
  
- Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (2017). “El turismo de naturaleza en España”. Madrid: MAPAMA. Disponible en: [https://www.mapama.gob.es/es/ministerio/servicios/analisis-y-prospectiva/seriemedioambienten9\\_turismodenaturalezaenespana\\_tcm30-419763.pdf](https://www.mapama.gob.es/es/ministerio/servicios/analisis-y-prospectiva/seriemedioambienten9_turismodenaturalezaenespana_tcm30-419763.pdf)

- Moral Cuadra, S., Cañero Morales, P., Orgaz Agüera, F. (2013). “El turismo de aventura: Concepto, evolución, características y mercado meta. El caso de Andalucía”. Disponible en: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/52975/moral-cuadra.pdf?sequence=1>
  
- Nasarre Sarmiento, J.M. (2006). “La regulación de las empresas de turismo activo”. *Estudios Turísticos*, 169-170, pp. 103-111. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2298440>
  
- Pano, J.L. (2018). “La temporada de barrancos genera en la Sierra de Guara 150 empleos directos y 150.000 clientes”. *Heraldo de Aragón*, 8 de Abril. Disponible en: <https://www.heraldo.es/noticias/aragon/huesca-provincia/huesca/2018/04/08/la-temporada-barrancos-genera-sierra-guara-150-empleos-directos-150-000-clientes-1233882-302.html>
  
- Rivera Mateos, M. (2018). Turismo activo, recreación al aire libre y deportes de naturaleza: una lectura geográfica. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 77, 462–492. doi: <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2548>
  
- Soriano Andaluz, R. (1998). “El deporte de la orientación como nuevo producto turístico”. *Cuadernos de turismo*, 1, pp. 139-146. Disponible en: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/23991>
  
- Turismo de ocio y aventura como opción de futuro. *Terrarum*, 23, pp. 32-33. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3756545>.

## ANEXOS

- 1- Encuesta realizada por el autor a los empresarios de turismo activo de la provincia de Huesca:

### ENCUESTA SOBRE EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO EN LA PROVINCIA DE HUESCA

Encuesta realizada por Jorge Valencia Vidal, alumno de 4º curso del grado "Geografía y Ordenación del Territorio", bajo la supervisión del profesor Raúl Lardiés Bosque.  
Su finalidad es conocer la estructura y características de las empresas de turismo activo con actividad en la provincia de Huesca, con la finalidad de evaluar sus impactos socio-económicos y territoriales.

1- Nombre de la empresa

Tu respuesta

2- Año de comienzo de funcionamiento de la empresa

Tu respuesta

3- Número de trabajadores máximo en época alta

Tu respuesta

4- Número de trabajadores máximo en época baja

Tu respuesta

5- Actividades ofertadas (se pueden elegir opciones múltiples)

- ☐ Actividades subacuáticas
- ☐ Actividades náuticas
- ☐ Turismo ecuestre y similares
- ☐ Ciclismo
- ☐ Actividades aéreas
- ☐ Actividades de montaña y escalada
- ☐ Actividades de orientación
- ☐ Espeleología
- ☐ Tiro con arco
- ☐ Actividades de nieve
- ☐ Actividades con vehículos de motor
- ☐ Paintball y similares
- ☐ Otras actividades

6- ¿Es la empresa de turismo activo su único trabajo o lo compatibiliza con otros empleos?

- ☐ Me dedico exclusivamente al turismo activo
- ☐ Compatibilizo esta empresa con otra actividad (ir a pregunta 7)

7- En caso de compatibilizarlo con otra actividad, ¿cuál es dicha actividad?

- ☐ Agricultura
- ☐ Industria, minería
- ☐ Construcción
- ☐ Comercio y hostelería
- ☐ Transportes
- ☐ Servicios financieros, gestión (consultoría) y de empresa
- ☐ Servicios públicos (educación, salud, servicios sociales)
- ☐ No lo compatibilizo con ninguna otra actividad

8- Número inicial de trabajadores de la empresa

- ☐ 2 o menos
- ☐ De 3 a 5
- ☐ De 6 a 9
- ☐ De 10 a 15
- ☐ De 16 a 19
- ☐ De 20 a 30
- ☐ Más de 30

9- Número actual de trabajadores de la empresa

- ☐ 2 o menos
- ☐ De 3 a 5
- ☐ De 6 a 9
- ☐ De 10 a 15
- ☐ De 16 a 19
- ☐ De 20 a 30
- ☐ Más de 30

10- Número máximo de trabajadores que ha tenido la empresa y  
¿en que año fue? (p.e; 27 trabajadores en 2005)

Tu respuesta

11- ¿Todos los trabajadores contratados son a tiempo  
completo?

- ☐ Sí
- ☐ No

12- ¿Tiene el mismo número de trabajadores a lo largo del año?

- ☐ Sí
- ☐ No



13- ¿En qué meses, fundamentalmente, se concentran el mayor número de trabajadores? (se pueden elegir opciones múltiples)

- ☐ Enero
- ☐ Febrero
- ☐ Marzo
- ☐ Abril
- ☐ Mayo
- ☐ Junio
- ☐ Julio
- ☐ Agosto
- ☐ Septiembre
- ☐ Octubre
- ☐ Noviembre
- ☐ Diciembre

14- ¿Cuál es el mes del año con más trabajo/actividad en su empresa?

- ☐ Enero
- ☐ Febrero
- ☐ Marzo
- ☐ Abril
- ☐ Mayo
- ☐ Junio
- ☐ Julio
- ☐ Agosto
- ☐ Septiembre
- ☐ Octubre
- ☐ Noviembre
- ☐ Diciembre

**15- Indique el principal origen geográfico de su clientela**

- ☐ De la provincia de Huesca
- ☐ De otras provincias de Aragón
- ☐ De otra Comunidad Autónoma de España
- ☐ De Francia
- ☐ De otro país (Ver pregunta 16)

**16- En caso de haber contestado en la pregunta 15 la opción otro país, indique de cual**

Tu respuesta \_\_\_\_\_

**17- En un día de máxima actividad, por ejemplo de verano, ¿qué número de clientes puede llegar a tener su empresa?**

- ☐ De 0 a 4
- ☐ De 5 a 9
- ☐ De 10 a 19
- ☐ De 20 a 39
- ☐ De 40 a 79
- ☐ 80 o más

**ENVIAR**

2- Mapa de la distribución de las empresas de turismo activo en la provincia de Huesca

